

جودة الموقع الإلكتروني والثقة الالكترونية وأثرهما في رضا متلقي الخدمة

دراسة ميدانية في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية

Website Quality, Electronic Trust and its impact on Satisfaction of Service Recipients

A Field Study on Jordanian Department of Lands and Survey

إعـداد
إعتدال عبدالله هملان الفقهاء
401110184

إشـــــراف
الدكتور
رائد محمد الهنانده

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال الالكترونية

قسم الأعمال الالكترونية
كليـة الأعمال
جامعة الشرق الأوسط

2014 م

- ب-

تفويض

أنا الموقعة أدناه "إعتدال عبدالله هملان الفقهاء" أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي للمنظمات الجامعية أو المؤسسات أو الهيئات أو الأشخاص المعنيين بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: إعتدال عبدالله هملان الفقهاء

التوقيع:

التاريخ: 20/ 2 / 2014 م

- ج-

قرار لجنة المناقشة

نُوقشِت هذهِ الرسالة وعنوانها:

جودة الموقع الإلكتروني والثقة الالكترونية وأثرهما في رضا متلقي الخدمة: دراسة ميدانية في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية

وأُجيزت بتاريخ 2/ 2/ 2014 م

أعضاء لجنة المناقشة		الجامعة	التوقيع
الأستاذ الدكتور ليث الربيعي	رئيساً	الشرق الأوسط	....
الدكتور رائد محمد الهنانده	مشرفاً	البترا	....
الدكتور وائل هادي	عضواً خارجياً	البترا	....

شكر وتقدير

بسم الله الرحمن الرحيم، والصلاة والسلام على نبيه الصادق الأمين، فبعد أن منّ الله عليّ بإتمام كتابة رسالتي هذه، لا يسعني إلا أن أتقدَّم بوافر الشكر وعظيم الإمتنان إلى أستاذي الفاضل الدكتور رائد الهناندة الذي أشرف على هذه الرسالة، وما قدمه من آراء وإرشادات سديدة ساهمت في إخراج هذه الرسالة إلى حيِّز الوجود كما أتقدّم بجزيل الشُكر والعِرفان إلى أساتذة قسم إدارة الأعمال والأعمال الإلكترونية في جامعة الشرق الأوسط الذين لم يتوانوا عن تقديم النصح والمشورة والآراء العلمية القيِّمة.

ويُشرِّفني أن أتقدّم بجزيل الشُكرِ والتقديرِ إلى أعضاءِ لجنةِ المناقشةِ على تَفَضُّلهم بقُبول مناقشة هذه الرسالة وتحمُّلهم عناء القراءة ومراجعة الرسالة وإثرائها بملاحظاتهم القيِّمة.

والله ولي التوفيق

الإهداء

أول شكري أتوجه به الى رب العالمين .... الذي وضعني على الصراط المستقيم وتوّج هذا العقل وسقاه بماء العلم

إلى من جرع الكأس فارغاً ليسقيني قطرة حب

إلى من كلّت أنامله ليقدم لنا لحظة سعادة

إلى من حصد الأشواك عن دربي ليمهد لي طريق العلم

إلى القلب الكبير ....والدي العزيز

إلى من أرضعتني الحب والحنان

إلى رمز الحب وبلسم الشفاء

إلى القلب الناصع بالبياض ....والدتي الحبيبة

إلى القلوب الطاهرة الرقيقة والنفوس البريئة إلى رياحين حياتي...... أشقائي وزوجاتهم وأبناءهم

إلى توأم روحي ورفيقة دربي إلى صاحبة القلب الطيب والنوايا الصادقة إلى من رافقتني منذ أن حملنا حقائب صغيرة ومعها سرت الدرب خطوة بخطوة وما تزال ترافقني حتى الآن...... أختي

الى الأقرب الى قلبي وأكثر من ساندني ووقف الى جانبي ودعمني ....فواز

الى مهجة قلبي .... جواد

الى من ساندوني في مسيرة الدراسة وحقّقوا ما رجوته من أمل........... أساتذتي الكرام

إلى الأخوة والأخوات اللذين لم تلدهم أمي .. إلى من تحلوا بالإخاء وتميزوا بالوفاء والعطاء إلى ينابيع الصدق الصافي إلى من معهم سعدت،وبرفقتهم في دروب الحياة الحلوة والحزينة سرت إلى من كانوا معي على طريق النجاح والخير إلى من عرفت كيف أجدهم وعلموني أن لا أضيعهم .... زملائي وزميلاتي

قائمة المحتويات

قائمة المحتويات

قائمة المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الجداول

قائمة الأشكال

قائمة الملاحق

الملخص باللغة العربية

جودة الموقع الإلكتروني والثقة الالكترونية وأثرهما في رضا متلقي الخدمة

دراسة ميدانية في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية

إعـداد

إعتدال عبدالله هملان الفقهاء

إشـراف

الدكتور

رائد محمد الهنانده

هدفت الدراسة إلى بيان أثرجودة الموقع الإلكتروني والثقة الالكترونية في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية. وقد تكون مجتمع الدراسة من جميع المكاتب العقارية لبيع وشراء الاراضي من متلقي الخدمات من دائرة الأراضي والمساحة الاردنية في منطقة العاصمة عمان. أما عينة الدراسة فقد تم الاعتماد في تحديدها على أسلوب المسح الشامل لمجتمع الدراسة من مديري المكاتب العقارية المتعاملة مع دائرة الاراضي والمساحة الاردنية إلكترونياً والذين بلغ عددهم (219) مديراً. ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم المنهج الوصفي التحليلي، وتم إستخدام الأسلوب التطبيقي، لجمع البيانات وتحليلها وإختبار الفرضيات من خلال استبانة استخدمت أداة رئيسة لجمع المعلومات في مجال متغيرات الدراسة والتي تكونت من (34) فقرة. وتم استخدام العديد من الوسائل والأساليب الإحصائية أبرزها المتوسطات الحسابية، والإنحرافات المعيارية، وإختبار T لعينة واحدة، وتحليل الانحدارين المتعدد والبسيط وتحليل التباين الاحادي وتحليل المسار. وبعد إجراء عملية التحليل لبيانات الدراسة وفرضياتها توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها: وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لجودة الموقع الالكتروني بأبعاده (معلومات الموقع ؛ إتصالات الموقع) في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية عند

مستوى دلالة ($\alpha \le 0.05$). ووجود تأثير مشترك ذو دلالة إحصائية لجودة الموقع الالكتروني والثقة الالكترونية في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية عند مستوى دلالة ($\alpha \le 0.05$).

وقد أوصت الدراسة بتسهيل عملية وصول المستفيدين للمعلومات التي يحتاجونها عبر الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة وذلك بوضع إرشادات وتعليمات تتعلق بكيفية الوصول للمعلومة المطلوبة. والإهتمام وتعزيز التحسين المستمر للخدمة المقدمة عبر الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة من حيث تبسيط الإجراءات وسرعة الانجاز.

ABSTRACT

Website Quality, Electronic Trust and its impact on Satisfaction of Service Recipients

A Field Study on Jordanian Department of Lands and Survey

Prepared by

Etidal Abdullah Hamalan AL- Foqaha

Supervisor

Dr.Raed Mohammad Hanandeh

The study aims to investigate the impact of Website Quality and Electronic Trust on Satisfaction of Service Recipients in Jordanian Department of Lands and Survey. The study population consists of all real estate offices that sale and purchase land from the recipients of services from Jordanian Department of Lands and Survey in the Amman capital. The study sample was determined in dependence on the method of scanning the overall study population of real estate offices managers dealing with the Jordanian Department of Lands and Survey, who numbered (219) manager. To achieve the objectives of the study, the descriptive analytical method was used. For data collection, data analysis, and tasting hypotheses. A questionnaire was used to collect information about study variables which consisted of (34) items. A number of statistical tools and methods were used such as the arithmetic Mean, standard deviation, one sample T-test, multiple, simple Regression, One way ANOVA analysis and path analysis.

A number of results were reached: there was a significant impact of Website quality on Satisfaction of Service Recipients in Jordanian Department of Lands and Survey at level ($\alpha \leq 0.05$) and there was a significant impact of Website quality and Electronic Trust on Satisfaction of Service Recipients in Jordanian Department of Lands and Survey at level ($\alpha \leq 0.05$),

The study recommended to Facilitating the process of beneficiaries' access to information they need through the Jordanian Department of Lands and Survey website placing guidelines and instructions on how to access the information required. Interest in the continuous improvement of the service provided through the Jordanian Department of Lands and Survey website in terms of simplification of procedures and fast acheivement.

.

الفصل الأول
الإطار العام للدراسة

(1 - 1): المقدمــــــــة
(1 - 2): مشكلة الدراسة وأسئلتها
(1 - 3): أهمية الدراسة
(1 - 4): أهداف الدراسة
(1 - 5): فرضيات الدراسة
(1 - 6): أنموذج الدراسة
(1 - 7): حدود الدراسة
(1 - 8): محددات الدراسة
(1 - 9): التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة

(1-1): المقدمـــــــة

أصبحت ظاهرة ضمان الجودة أساساً في جميع مجالات الحياة، وذلك بسبب العولمة والتنافسية العالمية التي تحكُمها الجودة حيث البقاء فيها للأفضل. كما أن اتجاه الشركات الكبرى باتجاه التجارة الإلكترونية خلال العقد الأخير، والنمو الهائل في حجم التجارة الإلكترونية المبنية على مبدأ الخدمات الإلكترونية، أدى إلى الاهتمام خلال السنوات الأخيرة بجودة المواقع الإلكترونية وما تُقدِّمه من خدمات. إذ إن ضمان جودة المواقع الإلكترونية ليس بالأمر السهل، فالمعايير التي يمكن أن تُحدِّد ذلك تختلف باختلاف الموقع وطبيعة الخدمات التي تُقدِّمها، وعلى هذا الأساس نَجِد العديد من الدراسات الخاصة بتقييم جودة المواقع الإلكترونية بناءً على الخدمة المقدمة (Sugiharto & Suhendra,2010).

فقد ذَهَب بعض الباحثين إلى تقييم جودة المواقع الإلكترونية للأعمال والشركات التجارية، فيما ذهب آخرون الى تقييم جودة المواقع الإلكترونية لمواقع الحكومات الإلكترونية، بينما قام آخرون بتقييم جودة المواقع الخاصة بالبنوك والأعمال المالية، كما وقام عدد من الباحثين بتقييم جودة المواقع الخاصة بالجامعات والمؤسسات التعليمية. إضافة إلى ذلك، قام آخرون بتقييم مواقع إلكترونية تقدم أنواع أخرى من الخدمات، مثل المواقع الإلكترونية الخاصة بالمزاد العلني، أو التسوق الإلكتروني، ونحوه. لقد تنوعت الدراسات والبحوث بتنوع المواقع الإلكترونية وطبيعة الخدمات التي تقدمها وصاحب ذلك اختلاف للمعايير المستخدمة في عملية التقييم، إلا أن ما تتصف به معظم هذه الدراسات هو استخدام الأسلوب الوصفي غير القابل للقياس، وعدم الاعتماد على معايير كمية واضحة قابلة

للقياس باستخدام مؤشرات وأوزان محددة. إضافة إلى أن الدراسات السابقة اتصفت في معظمها بتقييم نوع معين من المواقع الإلكترونية دون تقديم معايير موحدة وشاملة لجميع المواقع الإلكترونية وما تقدمه من خدمات (Hur, et..al, 2011).

ولما للإنترنت من أهمية سعت الشركات إلى التركيز على موضوع جودة المواقع الإلكترونية وذلك لأهميتها في تحقيق كفاءة التنقُّل على الشبكة وزيادة حجم البيانات المقدمة مع المحافظة على السلوك المتسق للخصائص، حيث أن استخدام الانترنت وشبكات الأعمال تساهم في إنجاز الوظائف المطلوبة بسرعة فائقة وتفاعُل آني بلا حُدود (Kelly & Vidgen, 2005).

كما أنَّ الثقة الالكترونية تلعب دوراً مهماً في تعزيز استقطاب وجذب المتعاملين من الجمهور مع الموقع الالكتروني وهذا بطبيعة الحال ينعكِس فيما تستطيع أن تغرسهُ الشركات أو المؤسسات العامة منها والخاصة في نفوس المستهلكين ومتلقي الخدمات ، الامر الذي يُعزِّز من إمكانية تبني ثقافة الاستخدام الالكتروني والوثوق بها بشكل أساسي في جميع التعامُلات التي يمكن أن يرتكِز إلى استخدامِها متلقي الخدمات في مؤسسات في القطاعين العام والخاص (AL-Faouri & AL-Kasasbeh, 2011).

هذا ويُعتبر رضا متلقي الخدمة من أهم مؤشّرات النجاح في أي منظمة على الاطلاق، لذا؛ ولأهميّة دوره في نجاح دائرة الأراضي والمساحة في تقديمها لخدماتها، تُولي الادارة العليا فيها عادةً اهتماماً رئيسياً به، وذلك من خلال البحث والدراسة بكل ما

يتعلّق بهذا الموضوع، وما يؤثّر به. ويسعى المسؤولون في الدائرة الى أن يصل رضا عملائها الى أقصى درجة ممكنة، ولتحقيق هذا الهدف تعمل الإدارة على توفير الموظفين المؤهّلين والذي يُعتبر إحدى الصُعوبات التي تعاني منها دائرة الأراضي والمساحة في ظلِّ ازدياد أعداد المعاملات المهول الذي شهِدته في الآونة الأخيرة، وكذلك توفير الخدمات اللازمة لراحة العملاء ضمن الإمكانات المحدودة المتوفرة، حيث تمّ على سبيل المثال لا الحصر استحداث نظام الاصطفاف الآلي، وخدمة الرسائل القصيرة SMS لإعلام العملاء عن معاملاتهم.

وتقوم دائرة الأراضي والمساحة بتنفيذ استراتيجيتها الجديدة والتي تتضمّن زيادة رضا العملاء ، فجاءت هذه الدراسة لتُساعِد الدائرة في فهم احتياجات عملائها، وتعرّف مدى رضاهم عن الخدمات التي تُقدِّمها ، مما يُساهم في تعزيز مكانة الدائرة كواجهة حقيقية للعمل الجاد ، والإصرار على تحقيق الأهداف المحددة.

وبناءً على ما سبق، تَهدِف هذه الدراسة إلى تحليل أثر جودة المواقع الإلكترونية في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية، وتحليل طبيعة الخدمة الإلكترونية التي يُقدِّمها الموقع، من حيث امتيازه بالشمولية بحيث يحتوي على كافة العناصر الرئيسية للتقييم، وبالوضوح والموضوعية من خلال إمكانية استخدام قيم رقمية لقياس المؤشرات الخاصة بعملية التقييم، وبالمرونة من خلال إمكانية تطبيقه على جميع المواقع الإلكترونية، بغض النظر عن طبيعة الخدمة المقدمة.

(1 - 2): مشكلة الدراسة وأسئلتها

مع اتجاه المنظمات الكبرى الى التعاملات الإلكترونية ونمو الخدمات الإلكترونية نمواً متسارعاً ودخولها عالم الاقتصاد، باعتبارها إحدى أهم سمات الاقتصاد الرقمي

الحديث، أصبح لزاماً على الشركات والمؤسسات التجارية والحكومية أن تولي مزيداً من الاهتمام للخدمات الإلكترونية التي تُقدِّمها. وعلى الرَغم من النَمو المستمر للمواقع الإلكترونية وما صاحبها من نشرها لكميّات هائلة من المعلومات سواء أكانت بجودة عالية أم منخفضة، إلا أنه لا يوجد لغاية الآن معايير شاملة تُستخدَم كأساس لضمان جودة المواقع الإلكترونية وما تُقدِّمهُ من خدمات. إنَّ جودة الموقع الإلكتروني للمُنظمة وما تُقدِّمه من خَدمَات عَبرَ شَبكَة الإنترنت، ينعكِس على أدائِها ويُساعِد بما يحتويه من معلومات على إعطاء صورة مشرقة عن الشركة. لذلك أصبح من الضروري القيام بدراسة جودة المواقع والخدمات الإلكترونية؛ لقياس مدى كفاءة وجودة الموقع في تقديم الخدمات الإلكترونية للمنظمة، ضمن إدارة الجودة الشاملة لها.

لقد قامت الحُكومة الإلكترونية بتصميم موقع خاص لدائرة الأراضي والمساحة يخدم كل شرائِح المجتمع المعنيين بالأمر بأي طريقة كانت الإجراءات، بالإضافة الى مجموعة من القوانين الخاصة بدائرة الأراضي والمساحة، وأيضاً أتاح الموقع خدمات استخراج مخطط وفهرس أراضي وتمَّ حديثاً إضافة خدمة موافقات التملُّك وهي نسخة تجريبيّة وتم إضافة دليل للموظفين لتعريفهم بقوانين العمل في الدائرة. لكنه ما زالت الإستفادة من كل الخدمات الموجودة والمتاحة على الموقع الإلكتروني غير كبيرة ولا زال هناك قُصور فيما يتعلُّق برضا الخدمات المقدّمة للمواطنين. لذلك فإنّ الغرض من هذه الدراسة الكشف عن جودة المواقع الإلكترونية وتوضيح دورها في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة من خلال الإجابة على الأسئلة الآتية:

السؤال الرئيسي الأول: إلى أي مدى تؤثِّر جودة الموقع الالكتروني بأبعادهِ (تصميم الموقع؛ معلومات الموقع؛ أمن الموقع؛ إتصالات الموقع) في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية؟

السؤال الرئيسي الثاني: إلى أي مدى تؤثِّر الثقة الالكترونية في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية؟

السؤال الرئيسي الثالث: ما مدى التأثير المشترك لجودة الموقع الالكتروني والثقة الالكترونية في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية؟

السؤال الرئيسي الرابع: هل هناك فروق في مستوى الثقة الالكترونية لأفراد عينة الدراسة تبعاً للفروق في المؤهل العلمي وعدد سنوات الخبرة؟

(1 - 3): أهمية الدراسة

تَكمُن أهميّة الدراسة من أهميّة الموضوع الذي تتناوله وهو جودة الموقع الإلكتروني وأثره في تحقيق رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي و المساحة ، وذلك إنطلاقاً من أهمية استخدام المواقع الإلكترونية في توفير جميع المعلومات التي يحتاجها المواطنين بشكل كامل وشامل ووجود نماذج تُسهِّل على كلا الطرفين سواء كانوا موظفين في دائرة الأراضي والمساحة أو مواطنين من تحقيق أهدافهم. لذا فإنّ هذه الدراسة تقوم على أهميتين:

1. **الأهمية النظرية:** وهي المتعلقة بتقديم بعد معرفي يساعد الأكاديميين والممارسين من الباحثين والطلبة في الوقوف على آخر التطورات الحاصلة على البُعد المعرفي المتعلِّق بجودة المواقع الالكترونية ، والثقة الالكترونية.

2. **الأهمية التطبيقية:** فتتعلّق بتقديم توصيات وآليات عمل للمُمارسين من الموظفين والمديرين لمساعدتهم في الوقوف على آخر التطبيقات المتعلقة بجودة الخدمات التي يتلقّاها المواطنين من دائرة الأراضي والمساحة تبعاً للمتغيرات التي تناولتها الدراسة والمتعلقة بجودة المواقع والثقة الالكترونية.

(1 - 4): أهداف الدراسة

تهدِف الدراسة الى تَعرُّف أثَر جودة الموقع الإلكتروني والثقة الالكترونية في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية، وذلك من خلال:

1. تحديد أثر جودة الموقع الالكتروني بأبعادِ في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية.

2. بيان أثر الثقة الالكترونية في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية.

3. التعرُّف على الأثر المشترك لجودة الموقع الالكتروني والثقة الالكترونية في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية.

4. بيان وجود فروق في مستوى الثقة الالكترونية لأفراد عيّنة الدراسة تبعاً للفروق في المؤهل العلمي وعدد سنوات الخبرة.

5. تقديم توصيات من شأنها مساعدة الممارسين من الموظفين والمديرين لتقديم خدمات ذات جودة مرتفعة تصل بمستواها إلى ما يرغب به العميل.

(1 - 5): فرضيات الدراسة

استناداً الى مشكلة الدراسة وأهدافها، تمَّ صياغة الفرضيّات التالية والتي تحاول الإجابة عن تساؤلات الدراسة المطروحة، وكما يلي:

الفرضيّة الرئيسية الأولى HO_1

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة الموقع الالكتروني بأبعاده (تصميم الموقع ؛ معلومات الموقع ؛ أمن الموقع ؛ إتصالات الموقع) **في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية عند مستوى دلالة** ($\alpha \leq 0.05$).

يُشتَق منها الفرضيّات الفرعية التالية:

الفرضيّة الفرعية الأولى HO_{1-1}

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتصميم الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية في تحقيق رضا متلقي الخدمة عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضيّة الفرعية الثانية HO_{1-2}

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمعلومات الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية في تحقيق رضا متلقي الخدمة عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضيّة الفرعية الثالثة HO_{1-3}

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأمن الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية في تحقيق رضا متلقي الخدمة عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضيّة الفرعية الرابعة HO_{1-4}

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإتصالات الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية في تحقيق رضا متلقي الخدمة عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضيّة الرئيسية الثانية HO_2

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للثقة الالكترونية في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضيّة الرئيسية الثالثة HO_3

لا يوجد أثر مشترك ذو دلالة إحصائية لجودة الموقع الالكتروني والثقة الالكترونية في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضيّة الرئيسية الرابعة HO_4

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية للثقة الالكترونية في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة تبعاً للإختلاف في (المؤهل العلمي وعدد سنوات الخبرة) **عند مستوى دلالة** ($\alpha \leq 0.05$).

يشتق منها الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضيّة الفرعية الأولى HO_{4-1}

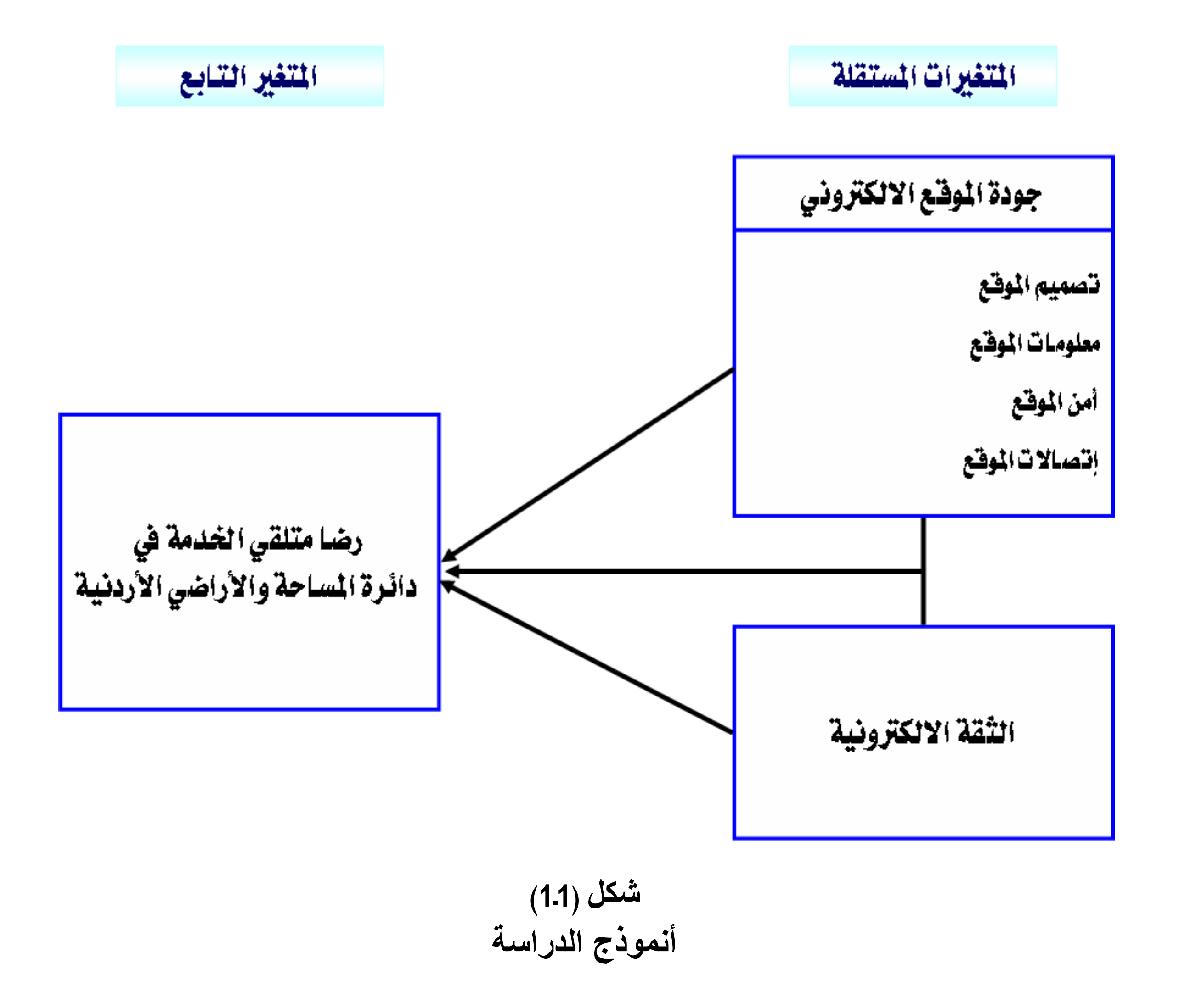
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية للثقة الالكترونية في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة تبعاً للإختلاف في المؤهل العلمي عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضيّة الفرعية الثانية HO_{4-2}

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية للثقة الالكترونية في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة تبعاً للإختلاف في عدد سنوات الخبرة عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

(1 - 6): أنموذج الدراسة

إذ تمّ تحديد أبعاد جودة الموقع الالكتروني (تصميم الموقع ؛ معلومات الموقع ؛ أمن الموقع ؛ إتصالات الموقع) بالإعتماد على (Hausman & Siekpe, 2009 ؛Chen, et..al, 2010). أما ما يرتبط بمتغير الثقة الالكترونية فتمّ قياسَهُ بالإعتماد على (Rahimnia & Hassanzadeh, 2013). وأخيراً، ما يرتبط برضا متلقى الخدمة فلجأت الباحثة في قياسه بالإستناد إلى (Awamleh & Fernandes, 2005).



شكل (1.1)
أنموذج الدراسة

(1 - 7): حدود الدراسة

الحدود العلمية: إذ تمّ الإعتماد في تحديد أبعاد جودة الموقع الالكتروني (تصميم الموقع ؛ معلومات الموقع ؛ أمن الموقع ؛ إتصالات الموقع) على (Chen, et..al, 2010؛ Hausman & Siekpe, 2009). وما يرتبط بمتغير الثقة الالكترونية فتم قياسه بالإعتماد على (Rahimnia & Hassanzadeh, 2013). وأخيراً، فقد لجأت الباحثة في قياس رضا متلقى الخدمة بالإستناد إلى (Awamleh & Fernandes, 2005).

الحدود الزمنية: وهي المدة الزمنية المستغرقة في إنجاز الدراسة، وهي الفترة الممتدة من شهر سبتمبر 2013 وإلى شهر يناير 2014.

الحدود المكانية: ستقتصر الدراسة على مواقع دائرة الأراضي والمساحة في العاصمة الأردنية عمان.

الحدود البشرية: ستقتصر الدراسة على أصحاب المكاتب العقارية (الأراضي) في العاصمة الأردنية عمان والمقدر عددهم (250) مكتب حسب سجلات وزارة الصناعة والتجارة.

(1 - 8): محددات الدراسة

بالنسبة لهذه الدراسة فإن الباحثة واجهت الصعوبة في توزيع الإستبانة التي قامت الباحثة بإعدادها نظراً لإنشغال أفراد عينة الدراسة.

(1 - 9): التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة

جودة المواقع الإلكترونية *Quality Website*: تحقيق كفاءة التنقُّل على الشبكة وزيادة حجم البيانات المقدّمة مع المحافظة على السلوك المتسق للخصائص (Delssler, 2002).

وتُعرّف **إجرائياً** بأنها تلبية المواقع الالكترونية للجمهور من المواطنين للخدمات التي يطلبونها وتعالجها الفقرات التي سوف يتم تصميمها في إستبانة الدراسة عند تطويرها.

تصميم الموقع: أن يعكس الموقع تصميما متميِّزاً، يتم من خلالهِ تزويد جمهور المواطنين بالمعلومات التي يحتاجونها بطريقة جذّابة (Li, 2009: 6).

معلومات الموقع: الخصائص المرتبطة بتوفير البيانات والمعلومات من حيث النوع والكم شكلاً ونصاً (McGilvary,2008).

أمن الموقع: وتُمثِّل مجموعة الإجراءات المتخذة من قبل دائرة الأراضي والمساحة الأردنية لحماية معلومات وبيانات موقعها الإلكتروني من الإختراقات.

إتصالات الموقع: قُدرة الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية من توفير المعلومات المطلوبة من المستفيدين بشكل واضح بالإضافة إلى قدرة المستفيدين من التنقُّل من لوحة إلى أخرى أثناء البحث عن المعلومة المطلوبة.

الثقة الالكترونية *Electronic Trust*: الثقة المتولِّدة لدى المستفيدين من أصحاب المكاتب العقارية في العاصمة الأردنية عمان نتيجة التعامُل السليم للعناصر الالكترونية الموجودة على الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية.

رضا متلقي الخدمة *Customer Satisfaction*: الشعور العارم بالسعادة والإرتياح للعُملاء نتيجة تأدية وإنجاز معاملاتهم، ويتحقّق ذلك بالتوافُق بين ما يتوقّعهُ العميل، ومقدار ما يحصل عليه في دائرة الأراضي والمساحة.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

(2 - 1): المقدمـــــــة

(2 - 2): جودة المواقع الالكترونية

(2 - 3): الثقة الالكترونية

(2 - 4): رضا متلقي الخدمة

(2 - 5): الدراسات السابقة العربية والأجنبية

(2 - 6): مايُميِّز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

(2 - 1): المقدمـــــــة

نظراً للنمو المتزايد في حجم مستخدمي شبكة الانترنت يوماً بعد يوم و تعدُّد أغراض استخدامهم لها، وجِّهت الأنظار إلى أهمية ضبط جودة مواقع الانترنت من خلال الشبكة والذي يفوق في سعة انتشاره وسرعته كافة وسائل النشر التقليدية.

لقد تنامى الموقع الالكتروني بشكل ملحوظ على الشبكة وزاد الإقبال عليه، وبما أن شبكة الانترنت تُعَدْ بيئة مفتوحة يُمكِن لِكُل مَنْ يمَلِكْ جِهازْ كُمبيوترْ مُتصِل بالشبكة أن يستخدم موقعاً مجانياً على الشبكة يَنشُر من خلالهِ ما يشاء، ويُطلِق على نفسهِ ما يشاء من ألقابٍ علميةٍ ليجعلَ زائرَ الموقعِ يَثِقْ في المعلومات المطروحة فيه. إنّ تلك المشكلة لفتت انتباه المهتمين بالنشر الإلكتروني إلى دراسة جودة المواقع الالكترونية، كما أنّ هُناك مُعضِلات وجّهتْ الأنظار الى أهميّة تقييم جودة المواقع الالكترونية على شبكة الانترنت (الهادي وصالح، 2001: 15).

كما أن ظاهرة تضخُّم المواقع في شبكة الانترنت تضع مستعمليها أمام إشكاليّة انتقاء المواقع المبنية أساساً على عامل الجودة المطروح لشبكة الانترنت، ومن خلال هذه الحقائق يتبيّن لنا أنّهُ مهما قيلَ عن محاسِن مواقع شبكة الانترنت وهي كثيرة إلا أن الحُريّة السائدة في هذا الفضاء الرحب أدّت إلى احتوائهِ على الشيء ونقيضه، فكما يُمكن أن نَجِد مواقع جيِّدة وحديثة وموضوعيّة يُمكن أن نجِد مواقع أخرى أقل جودة وقديمة وذاتية، وحجم هذا التناقض يفقد إلى حد ما شبكة الانترنت مصداقيتها كمصدر للمعلومات (عبد الحميد،2005: 5).

(2 - 2): جودة المواقع الالكترونية

(2 - 2 - 1): الجودة

بدأ الاهتمام بالجودة في الفكر الإداري منذ بدايات ظهوره وبلورة نظرياته، غير أنه لم يجد الاهتمام والعناية إلا لدى اليابانيين بعد خروجهم من الحرب العالمية الثانية ، حيث انخفضت جودة منتجاتهم ، ليبدأ اليابانيون بعد ذلك بالاستماع إلى محاضرات عدد من العلماء الأمريكيين وفي مقدمتهم إدوارد ديمنج، وجوزيف جوران وغيرهم، الذين فشلوا في إقناع الشركات والمؤسسات الأمريكية بأفكارهم عن الجودة، وعندما اقتنع اليابانيون بهذه الأفكار وطبقوها، أصبحت اليابان حديث العالم بأَسره عن مدى تطورها وتقدمها وجودة منتجاتها، ولهذا بدأ الكثير من الباحثين والمنظرين بالبحث والتنقيب عن سر التفوق الياباني في الإنتاج والصناعة حتى أصبحت اليابان تنافس الدول المتقدمة مثل الولايات المتحدة الأمريكية، ليظهر بعد ذلك للعالم أن الجواب يكمن في تطبيقهم لأبعاد الجودة (عليمات، 2004).

وفي هذا الصدد تمت الإشارة إلى مفهوم الجودة وفق تعريف ***Deming*** على أنها تحقيق احتياجات وتوقعات المستفيد حاضراً أو مستقبلاً، ووفق تعريف ***Juran*** تعني الجودة ملاءمة المنتج للغرض أو الاستخدام، أما وفقاً لتعريف ***Crosby*** تُشير الجودة إلى الإيفاء والالتزام بالمتطلبات (الغنبوصي،2005: 4).

بناءً على ما تقدّم عُرِّفت جودة الخدمة بأنها قيام المنظمة بتصميم وتسليم الخدمة بشكل صحيح من أوّل مرّة على أن تُؤدى بشكل أفضل فى المرة التالية وتُحقِّق رضا

العُملاء فى نفس الوقت، وأن تتمتّع بمزايا تنافسية مقارنة بالخدمة التي تُقدّمها المنظمات المشابهة (خوجة، 2003). وعُرِّفت بأنها قياس مدى قدرة مستوى الخدمة التي تصل إلى العميل والمتوافقة مع توقُّعاته ، كما أنّ توصيل خدمة جيدة يعني تحقيق التطابق مع التوقُّعات التي يضعها العميل (المحياوي، 2006: 32).

تُواجه المؤسسات المختلفة تحديات وضُغوط مختلفة من أهمَّها ارتفاع تكاليف المعدات والأجهزة، وزيادة الطلب على مختلف أنواع الخدمات، ورافق هذه الزيادة زيادة من نوع آخر في الاهتمام بتلبية احتياجات وتوقُّعات أفراد المجتمع المحلي، بالإضافة إلى زيادة قوّة التنافُس، وارتفاع نسبة الأخطاء، وزيادة نسبة الشكاوي القانونية المقدّمة ضد المؤسسات العامّة بسبب سُوءْ المُمارسة والمعاملة،وزيادة درجة الوعي لدى المستفيدين والمنتفعين بالخدمة وارتفاع نسبة اهتمامهم بالجودة، فضلاً عن غياب الإدارة الفعّالة وانعدام التنسيق بين الأقسام المختلفة، حيث شكّلت جميع هذه الأمُور حاجزاً أمام المؤسسات، أدّت إلى دفعها لتطوير النُظُمْ الموجودة فيها بطريقة تَخدِم المنتفعين، كما وتُقدِّم نظاماً خدمياً لأفراد المجتمع على مستوىً عالٍ من الجودة، لذا بادرت معظم المؤسسات بتطبيق برامج الجودة لما لها من أهمية كبيرة تتمثل بالآتي (مصطفى والأنصاري، 2002):

1. تحسين وتطوير مستوى الأداء في المؤسسات الأمر الذي يُسهم ويُساعد في الحفاظ على سُمعتِها من خلال اهتمامها بالجودة.

2. إنّ تطبيق الجودة في المؤسسات العامة، من شأنه أن يُساعد المؤسسات في التعرُّف على الموارد منتهية الوقت مروراً بالطاقات والقدرات الذهنية المُتمثِّلة في الموارد البشرية، بالإضافة إلى الموارد الماديّة، ومن ثُمّ العمل على التُخلُّص منها.

3. يُعَدْ نظام الجُودة نظاماً تحفيزياً، إذ أنه يُتيح الفُرصة للعاملين بالتعرُّف على إمكانياتهم ومنحهِم صلاحيات وفق هذه الإمكانيات ويحثهم أيضاً على التفوق والإبداع.

4. يُتيح نظام الجودة الفرصة للموظفين في تحديد المفهوم الأمثل للجودة ووضع الإجراءات السليمة التي تُهدِف إلى تلبية احتياجات وتوقّعات العميل.

تتميّز الجودة بإتقان العمل وتحقيق احتياجات الأفراد، والوفاء والالتزام وذلك على النحو الآتي (المحياوي، 2006):

1. إتقان العمل، أذ أنّه من خصائص الجودة إتقان العمل من خلال وضع أهداف لسياسة الجودة ومتابعة تنفيذها، وتصميم آليات لمراقبة الجودة ومتابعة الأداء على ضوئها، وتقييم نظام مراقبة الجودة من حيث الفاعلية والتكلفة، ومن حيث تقليل المخاطر المترتبة على انخفاض الثقة بالخدمة، ويهدف إتقان العمل إلى تحقيق الآتي (جمعة، 2005):

- تحسين الأداء والإنتاجية.
- زيادة التركيز على أهداف المؤسسة وتوقُّعات المستفيدين.
- تحقيق جودة الخدمة والمحافظة عليها لتلبية احتياجات المستفيدين.
- تقديم الدليل للمستفيدين الحاليين من الخدمات.
- المحافظة على مستوى جودة خدمات المؤسسة.
- إمكانية المنافسة على نفس مستوى المؤسسات الكبرى.

2. تحقيق احتياجات الأفراد ويتم تحقيق احتياجات الأفراد بالآتي (الدرادكة والشبلي، 2002):

- استيفاء متطلبات الأفراد واحتياجاتهم الحالية والمستقبلية والمذكورة والضمنية عن طريق ترجمة المتطلبات والاحتياجات إلى معايير جودة للمخرجات.
- تصميم العمليات المؤدية لإنتاج مخرجات تستوفي الشروط المذكورة.
- تنفيذ العمليات مع مراقبة ومتابعة مسارات التنفيذ.
- تقييم الخطوات السابقة مع التدخُّل السريع الفوري لتصحيح أيّة عيوب أو خلل يظهر في التنفيذ.

(2 - 2 - 2): الموقع الإلكتروني

تُعَد المواقع الإلكترونية الإبتكار الجذري المركّب الذي أوجد عالماً موازياً لعامل الأعمال المادية التقليدية، هذا العالم هو العالم الإلكتروني أو الرقمي أو الإفتراضي. أنه عالم النقرات في مقابل عالم الأحجار وعالم البتّات في مقابل عالم الذرّات والفضاء السوقي في مقابل السوق المكاني. واليوم فإنّ جميع الأعمال تتنافس في عالمين؛ العالم المادي الذي يراهُ ويلمسَهُ المُديرونَ والعالم الإلكتروني المصنوع من المعلومات، والذي يعمل على الإنترنت أو شبكات الأعمال؛ فإذا كان السوق هو المكان الذي يتم فيه تبادُل السِلَعْ والخدمات ينشيء القيمة المادية، فإنّ الفضاءَ السوقي هو الفضاء الإلكتروني الإفتراضي الذي علاقاته ومنتجاته وخدماته عبارة عن معلومات مُحوسبة مقدّمة شبكيّاً ويُنشئ القيمة

بطريقةٍ رقميةٍ إفتراضيةٍ على نطاقٍ واسعٍ من الخياراتِ وعلى أساس القدرات الذاتية للشركة وقدرات الآخرين كالموردين والمنافسين (Shachaf & Ottman, 2007).

يُعرّف الموقع الالكتروني على أنّهُ مجموعة من الصفحات والنصوص والصور والمقاطع الفيديوية المترابطة وفق هيكل متماسك ومتفاعِل يهدف إلى عرض ووصف المعلومات والبيانات عن جهة ما أو مؤسسة ما، بحيث يكون الوصول إليه غير محدّد بزمان ولا مكان وله عنوان فريد مُحدّد يُميّزهُ عن بقيّةِ المواقع على شبكة الإنترنت (الزعبي والشرايعة، 2004: 351 . 352).

وبيّنَ (Mcleod & Schell, 2006: 65) بأنّ الموقع الإلكتروني يُمثّل مجموعة الحواسيب المُرتبطة مع شبكة الإنترنت التي تحتوى على وسائط متعددة ويُمكِن الوصول إليها من أي جهاز حاسوب آخر على الشبكة.

أما (أبو الرجاء وحسن، 2007: 4) فيران أن الموقع الإلكتروني يُمثّل البوابة الأولى التي يُلِجْ منها المستفيد لذلك لا بُدّ من إظهارِها بصورةٍ مشرقةٍ لإعطاء الإنطباع الحسن عنها منذ البداية.

ويُحدِّد كلاً من (Holden, et..al, 2009: 352 - 353 ؛ Bocij, et..al, 2008: 450 ؛ Chaffy, 2009: 161 – 165) مجموعة من الخصائص التي من المفترض توافرها في الموقع الالكتروني، وهي:

1. أن يكون تصميم الموقع الالكتروني بسيط وأن يَسهُل التعامل معه.

2. أن يتميّز الموقِع الالكتروني بوضوح الهدف بحيث يستطيع المستفيد معرفة طبيعة الخدمات التي يُقدّمها الموقع الالكتروني والخدمات التي يستطيع الاستفادة منها من خلال الصفحة الأولى للموقع.

3. أن تكون المعلومات المتاحة في الموقع الالكتروني محددة ومترابطة.

4. أن يتجاوب الموقع الالكتروني مع احتياجات المستخدمين ويأخذ بعين الإعتبار آرائهم في الموقع وخدماته.

5. أن تكون واجهة الموقع الالكتروني جذّابة وتظهر بسرعة كبيرة عندما يتم زيارتها من قبل المستخدمين.

6. أن تكون واجهة الموقع الالكتروني متاحة دائماً وأن يستوعب أكبر عدد ممكن من متلقي الخدمات.

7. أن يتم استضافة الموقع الالكتروني من قبل مزوّد خدمة يوفّر ُسرعات وسِعات التخزين عالية لمحتويات الموقع وأن يمتاز بالاستقرار والموثوقية والحماية من الاختراق.

8. أن يوفّر الموقع مُحرّك بحث بسيط لتسهيل وصول متلقي الخدمة إلى المعلومات داخله.

9. أن يمتاز بسهولة التصفُّح وأن يتمكّن مستخدم الموقع من الانتقال بين صفحاته بسهولة.

10. أن يكون عنوان الموقع الالكتروني سهلاً ومختصراً ويُعبّر عن طبيعة نشاط المنظمة.

ويرى (Brody, 2001: 76) أن المواقع الالكترونية تنقسم إلى أنواع متعددة وحسب الهدف من كل موقع، فهناك المواقع التجارية التي تهدف إلى تحقيق الأرباح من خلال جذب الزبائن وتعريفهم بالخدمات والمنتجات أو النشاطات التي تهتم بها المنظمة التجارية.

أما المواقع التعليمية فتكون أهدافها تعليمية بالدرجة الأولى، وتنشأ بهدف عكس صورة الكُليّات والجامعات والمدارس التعليمية العالمية أو المحلية او المكتبات ومراكز البحث العلمي والدراسات، كذلك المواقع التي تنشأ بهدف دعم المؤسسات ذات الطابع العام، كالوزارات المختلفة وتفرُّعاتها من الشركات والمكاتب والإدارات كلاً حسب نشاطه، وغيرها من المواقع.

(2 - 2 - 3): جودة الموقع الإلكتروني

إنّ جودة المواقع الالكترونية بدون شك موضوع جديد لهذا فإنه بحاجة إلى المزيد من الجهد من أجل توضيح المفهوم. فالبعض يرى بأن جودة الموقع الالكتروني تُمثِّل عنصر قابلية التنبُّؤ من العميل والإتساق في تقديمها من قبل المنظمة (Paul & Huston,1998: 8).

ويُحدّد (Aladwani & Palvia, 2002: 468) جودة الموقع الالكتروني بأنه تحقيق كفاءة التنقُّل على الشبكة وزيادة حجم البيانات المقدمة مع المحافظة على اتساقها.

فيما عرّف (Bai, et..al, 2008: 392) جودة الموقع الالكتروني بالطبقات المختلفة من خدمة البيانات التي تُقدّمها شبكة المنظمة بأقل التكاليف.

في حين يرى (Hsu, et..al, 2012: 552) بأن جودة الموقع الالكتروني تُمثّل محاولة ملاءمة لتخصيص موارد الموقع الالكتروني للمُنظمة لخصائص تدفُّقات البيانات المعينة.

فالخدمات الإلكترونية التي تُقدّمها المواقع الالكترونية هي خدمة شأنها شأن الخدمات الأخرى بما في ذلك الخدمات التقليدية مع فارق أساسي هو أنّها خدمة على

الشبكة، وهذا الفارق يجب أن يُفهَم في ضوء مزايا الإنترنت سواء في عولمة الإتصالات وبرمجيات التطبيق والتشبيك والسرعة الفائقة أو الوسائط المتعددة (السمعية والبصرية والصلات الشبكية) التي تُقدّم في إطارها الخدمة الإلكترونية. لهذا فإنَّ العديد من الأبعاد لتقييم جودة الخدمة في البيئة المادية بيئة وجه لوجه تكون مؤثِّرة بدرجة كبيرة في البيئة الإفتراضية. هذه الأبعاد (في البيئة التقليدية) تتضمَّن الدقة، والإستجابة، والجدارة، وقابلية الدخول والوصول، واللطافة، والأمن، والتفهُّم، والإتصالات، والموثوقية، والجدارة بالثقة، والملموسية (Kelly & Vidgen,2005).

وقد حدّد (Ziethaml, et..al, 2002) أبعاد جودة المواقع الالكترونية بتسعة أبعاد، هي الكفاءة، والموثوقية، والأداء، والخصوصية، والإستجابة، والتعويض، والإتصال، والأمن، والتزويد. أما (Wolfinbarger & Gilly, 2003) فقد حدّد أبعاد جودة المواقع الالكترونية بتصميم موقع الوب، والموثوقية، والأمن، وخدمة الزبون. فيما حدّدها (Yang & Fang, 2004) بالإستجابة، والموثوقية، والمصداقية، والجدارة، وسهولة الوصول، ومتاحية المعلومات، وتصميم الموقع. ومن ناحية أخرى، بيّن (Lee & Lin,2005) بأنّ أبعاد جودة المواقع الالكترونية تتمثّل في تصميم موقع الوب، والموثوقية، والإستجابة، والثقة، والشخصنة.

وبسياق آخر، بيّن (Kim, et..al, 2004) بأنّ أبعاد جودة المواقع الالكترونية تتمثّل في الكفاءة، والأداء، وأتاحة النظام، والخصوصية، والإستجابة، والتعويض، والإتصال، والمعلومات، والاسلوب البياني.

وفي الدراسة الحالية ركّزت الباحثة في تحديد أبعاد جودة الموقع الالكتروني (تصميم الموقع ؛ معلومات الموقع ؛ أمن الموقع ؛ إتصالات الموقع) على (Chen, et..al, 2010؛ Hausman & Siekpe, 2009).

(2 - 2 - 3 - 1): تصميم الموقع

تحرِص المؤسسات والشركات على إظهار مواقعها على الإنترنت بأفضل وأبهى صورة، بحيث تجذب الزبائن لزيارتها وإعادة زيارتها بعد استخدامها أول مرة، على مبدأ إعطاء انطباع ممتاز منذ الزيارة الأولى للموقع لتكرار زيارته لاحقاً. ويهتم عنصر جودة التصميم بالصفات المرئية في تصميم الموقع لجذب المستخدمين لزيارة الموقع ابتداءً ومن ثَمَّ المكوث أطول فترة ممكنة داخل الموقع، وأخيراً تكرار زيارته مرات أخرى مستقبلاً. وتُحرِص الشركات والمؤسسات المختلفة على إظهار مواقعها الإلكترونية بأفضل صورة باستخدام أساليب وطرق إبداعية مبتكرة لجذب انتباه المستخدمين لها وترغيبهم بالتجوال خلال صفحاتها، حيث إنّ سوء التصميم قد يؤدي إلى ملل المستخدم وعدم الرغبة في تصفُّح الموقع رغم احتوائه على معلومات غنيه ومثرية، إذ أشار (Yoo & Jin, 2004) إلى إثنا عشر خاصية يجب مراعاتها لجودة تصميم المواقع الإلكترونية، وقد تطرّق باحثون آخرون إلى جودة التصميم كأحد العناصر الرئيسية في عملية التقييم، ويمكن إجمال مؤشرات جودة التصميم بما يأتي (Ma & Zaphiris, 2003):

1. الجاذبية، جاذبية الموقع من حيث الابتكار في التصميم، والجمال في الصور والحركات، بحيث يجعل المستخدم سعيداً ومتحمساً لزيارة الموقع.
2. الملاءَمة، ملاءمة التصميم والصور المستخدمه فيه لنوع الخدمة التي يُقدّمها الموقع.
3. اللون، خصائص الألوان المستخدمة كخلفيات أو ألوان النصوص نفسها عند التصميم.
4. الفيديو والصوت والصورة، خصائص ملفات الفيديو والصوت والصورة المستخدمة في صفحات الموقع.
5. النص، خواص النصوص المستخدمة في صفحات الموقع.

(2 - 2 - 3 - 2): معلومات الموقع

ويُقصَد بها وجود علاقة وثيقة بين المعلومات والحاجات التي تُجْمَع من أجلِها هذه المعلومات لكي تكون المعلومات مفيدة ويمكن الإعتماد عليها بغض النظر عن كميّة هذه المعلومات (Post & Anderson, 2000: 154). ويُمكن القول أن الملاءمة هي مقدار مناسبة المحتوى المعلوماتي للفئة المستهدفة التي تستخدمه، فقد تتفاوت مستويات معالجة المحتوى لموضوع واحد وفقاً للمستوى التعليمي والثقافي لجمهور المستفيدين. وبذلك تصبح الحاجة ماسّة جداً لتطبيق هذا المعيار بالنسبة للمحتوى الذي يُخاطب شريحة معيّنة من المستفيدين، مثل الصفحات الموجّهة لفئات عمرية معينة، وخاصية المحتوى المعلوماتي الذي يُقدّم المعلومات العلميّة والتعليميّة التي يجب أن تُراعي الخصائص العمرية والثقافية والمعرفية واللغوية (الهادي وصالح، 2001: 17).

(2 - 2 - 3 - 3): أمن الموقع

السياسات الأمنية مطلب ضروري لمُعظم المواقع الإلكترونية، فهي تلعب دوراً هاماً في تقليل المخاطر التي قد يتعرّض لها الموقع الالكتروني وتُؤثِّر عليها تقنياً عن طريق تدمير أنظمة موقع المنظمة وخادماتها، أو معنوياً وذلك بتشويه سمعتها في حال تسرّبت إحدى المعلومات السرية التي تحتفظ بها المنظمة ممّا يؤدي إلى انعدام ثقة عملائها بها، إذ أنّ إحاطة الموقع الإلكتروني للمنظمة بنظام أمني دقيق يُحقِّق لها ثلاثة أهداف هامّة (الهادي وصالح، 2001: 17):

1. **السرّية *Confidentiality***، وذلك بمنع أي محاولات للإطلاع على محتوى البيانات من قبل أشخاص غير مخوّلين بذلك.

2. **سلامة المحتوى *Integrity*** ، ويُعنى بذلك التأكُّد من أنّ محتوى البيانات صحيح ولم يتم العبث به أو تغييره في جميع مراحل المعالجة التي تتعرّض لها البيانات.

3. **. استمرارية توفّر المعلومات *Availability*** ، ويُقصَد بذلك توفُّر البيانات أو الخدمة في أي وقت تُطلَب به والتأكّد من استمرارية القدرة على التفاعل مع المعلومات.

(2 - 2 - 3 - 4): إتصالات الموقع

لقد ظهر هذا العُنصر كأحد أهم عناصر تقييم المواقع الإلكترونية في معظم الدراسات السابقة، حيث يُعتبر من أكثرِ العناصرِ التي تمّ التطرُّق إليها في الدراسات السابقة، فقد حصل على نسبة 31% من حجم الدراسات التي تطرّقت لموضوع تقييم المواقع الإلكترونية. وتعني قدرة الموقع على توفير أداء ثابت لكفاءته، إضافة إلى إمكانية التكيُّف حسب رغبة المستفيدين (Gledec, 2005).

(2 - 3): الثقة الالكترونية

من الناحية المنظمية، عُرّفت الثقة بأنها درجة تفويض بعض المسؤوليات والمهام للمرؤوسين الذين يُمثِّلون التوقُّعات الإيجابية الواثقة لإنجازهم لتلك المهام والمسؤوليات (Starter, 2005: 88). وعّرفها (الطائي، 2007: 61) بأنها إيمان الفرد بأهداف وسياسات المنظمة المتبعة. وبسياق آخر حدّد (الشكرجي، 2008: 57) بأن الثقة تُعبِّر عن توقُّعات ومعتقدات ومشاعر إيجابية يحملها الأفراد تجاه المنظمة التي يتعاملون معها والمرتبطة بالممارسات الإدارية المطبقة.

وعليه، أكّد الكثير من الباحثين على أهمية بناء الثقة بين المتعاملين والمنظمة فهي عامل مهم في تحقيق التكامل للمنظمة، ومفتاح رئيسي متوقّع للسلوك وعامل أساسي في أي شكل للتفاعل، إذ أنّه وفقاً لرأي (D'Amico, 2003: 5) فإن العمل سوية مع الآخرين يحتاج إلى الاعتماد المتبادل بينهم وبطرق مختلفة لإنجاز الأهداف لكلا طرفي العلاقة.

وبسياق الدراسة الحالية وبقدر تعلُّق الأمر بالثقة الالكترونية، فقد عُرِّفت الثقة الالكترونية بأنها الثقة المتولِّدة لدى المستفيدين من التعامل الالكتروني مع المنظمة مالكة الموقع الالكتروني (AL-Faouri & AL-Kasasbeh, 2011). وقد حدد (Avinandan & Prithwiraj, 2007: 1174) بأن أهمية الثقة الالكترونية تكمن بتأثيرها على مناحي عدة، أهمها:

1. التجارة الالكترونية والتي تحتاج إلى ثقة كبيرة من قبل متلقي الخدمة ومزودي الخدمة أو السلعة.
2. التعليم والتعلم الالكتروني كذلك يحتاج إلى ثقة بالمعلومة وبالشهادة وقيام المتعلم بممارسة نشاطاته بنفسه.

3. التواصل الالكتروني من خلال المراسلات والمنتديات المختلفة التعليمية والاجتماعية يحتاج إلى ثقة بما يتم تداوله وطرحه خلالها.

وبسياق العناصر والمقومات الأساسية للثقة الالكترونية، فقد حددها (AL-Faouri & AL-Kasasbeh, 2011) بالآتي:

1. التشريعات التي تضبط ذلك الجانب ويحفظ حقوق الجميع.
2. التوعية من خلال التعامل الآمن لجوانب المعاملات الالكترونية.
3. تنظيم العملية والسيطرة مع حرية التعامل ضمن القوانين والتشريعات.
4. السرعة بالانجاز.
5. توفر البنية الالكترونية.
6. توفر القدرات البشرية المؤهلة.
7. السهولة المتاحة.
8. توفير الكلفة

(2 - 4): رضا متلقي الخدمة

على الرغم مما تواجهه منظماتنا الخدمية اليوم من منافسة حادة، إلا أنها تستطيع التغلب والتفوق على أداء منافسيها، إذا ما أحسنت التصرّف في كسب زبائنها، من خلال القيام بأداء أفضل في تلبية حاجات متلقي الخدمة ورغباته والعمل على إرضائه (Kotler & Keller, 2012). إذ يُعد رضا متلقي الخدمة أكثر أهمية في نجاح العديد من المنظمات سواء التي تهدف إلى الربحية أو غير الهادفة إلى الربحية، ولا سيما المنظمات الخدمية، لذا يعد

متلقي الخدمة عاملاً حاسماً في استمرار أي نشاط في منظمة خدمية، فهو محور عمل أنشطتها وجوهر وجودها (Arbore & Busacca, 2009: 273).

وهناك العديد من التعاريف الخاصة برضا متلقي الخدمة ومن ذلك أنّهُ مسألة تعتمد على أداء العرض بالنسبة إلى ما يتوقعه متلقي الخدمة (Kotler & Keller, 2012).

ويُعرّف أيضاً بأنه تقييم متلقي الخدمة للخدمات التي يحتاجها، وأن يكون راضياً عنها، عندما تحقق نتائج أفضل مما يتوقعها (Bloemer & Odekerken-Schro, 2002: 70).

وأيضاً هو إحساس شخصي بالسعادة أو الإحباط ينتج عن مقارنة الأداء المتحقق للخدمة مع المتوقع (Bowen & Chen, 2001: 215).

كما يُمثّل الرضا ،المشاعر الإيجابية التي تتكوّن لدى متلقي الخدمة، نحو ما يُقدّم لهُ من خدمات داخل المنظمة وخارجها، ولحين مغادرته منها، بافتراض توفر كل مستلزمات الراحة النفسية والبدنية، وإدراك ما ينبغي أن يحصل عليه متلقي الخدمة فعلاً من خدمة مميزة (العنزي، 2001 : 4).

ويؤدي تقديم الخدمة بالجودة العالية إلى تحقيق رضاه، والرضا ظاهرة يمكن رؤيتها من متلقي الخدمة، ويمكن تفسيرها من خلال التقارير والرسائل المكتوبة والغير المكتوبة، أو من خلال مقابلة متلقي الخدمة وقياس رضاه، لذا تستطيع المنظمة تحقيق رضا متلقي الخدمة بالنتائج المقبولة والعالية (Chao, 2008: 97).

هذا ويعدّ رضا متلقي الخدمة من المعايير المهمة في تقييم أداء المنظمات واتجاهاتها المستقبلية، ولاسيما في ظل التكنولوجيا المتقدمة وأجهزة الاتصالات الحديثة التي دخلت أبواب كل منظمة خدمية اليوم لتُقدِّم من خلالها خدماتها عبر أحدث وسائل الاتصال والإعلان عنها (Conklin, et..al, 2004: 821).

ويُعادل كلفة جذب متلقي خدمة جديد إلى المنظمة خمس مرات كلفة الاحتفاظ به وإبقائه وهو راضٍ، إذ يتطلّب كلفة جذب متلقي خدمة جديد قدراً كبيراً من الجهد في البحث والوقت. لذا تكمُن أهميّة متلقي الخدمة من خلال العديد من المحاور والاتجاهات التي تتناول مختلف الأطراف المقدمة والمستفيدة من الخدمة ، ومن هذه المحاور والاتجاهات (Cooil, et..al, 2007: 68-69):

1. ان متلقي الخدمة هم مُعظّمي القيمة، فهم الذين يُكوّنون تَوَقُّع القيمة ويعملون على أساس ذلك.
2. رضا متلقي الخدمة هو دالة للأداء المتحقق لتوقعاته، إذ يؤدي الرضا الوافي إلى الولاء الكبير الذي يُظهَرهُ متلقي الخدمة تجاه المنظمة.
3. يزيد تقديم خدمات متجددة دوماً إلى متلقي الخدمة من حالة الرضا وتَحدُّث متلقي الخدمة للآخرين حول الخدمات الجديدة التي تقدمها المنظمة له.
4. ان خسارة أي متلقي الخدمة وفقدانه يمكن أن يُؤثّر بشكل كبير على أنشطة المنظمة وأرباحِها، إذ أنّ مُفتاح الاحتفاظ بمتلقي الخدمة هو تسويق العلاقات، من أجل أن يبقى متلقي الخدمة راضياً وسعيداً، فإنّهُ يَتوجّب على المنظمة إضافة مكاسب اجتماعية ومالية إلى الخدمة المقدمة، وإنشاء روابط قوية بينها وبين متلقي الخدمة.

5. تُعَدْ جودة الخدمة المقدّمة وقُدرتها على تلبية حاجة متلقي الخدمة ورغبته من أهم متطلبات ديمومة العلاقة بين المنظمة ومتلقي الخدمة وبذلك ولائهم ورضاهم.

لذا يُحقّق رضا متلقي الخدمة المزايا الآتية (السامرائي، 2002 : 63):

- التقليل من كُلَف الفَشَل وإعطاء فُرصة البحث عن متلقي خدمة جدد آخرين بِكُلف منخفضة.
- تحسين عملية الترويج للخدمة المنقولة لمتلقي الخدمة الحاليين والمرتقبين.

لهذا لا يُعَد مفهوم رضا متلقي الخدمة ثابتاً، بل متغيراً ومتأثراً بسُرعة كبيرة لعديد من المتغيرات الداخلية والخارجية، لذا فان تقَلُّب متلقي الخدمة من حالة الرضا إلى حالة عدم الرضا عن خدمة ما مقدمة له، تُلزِم المنظمات إلى وضع نظام لقياسه ومراقبته على نحو دقيق ومستمر، لأنّ المنظمة عهدت إلى متلقي خدماتها بأن تُقدّم لهم كل ما يُرضيهم وإلا فلا تُحقِّق أهدافها المتوخاة. كما أنّ رضا متلقي الخدمة مرتبط بولائه وبالربحية المتدفّقة إلى المُنظمة على المدى البعيد. ومن أساليب قياس رضا متلقي الخدمة هي (السامرائي، 2002 : 63):

1. نظم الشكاوى والمقترحات.
2. مسوحات رضا متلقي الخدمة.
3. المتسوق الخفي.
4. تحليل خسارة متلقي الخدمة.

(2 - 5): الدراسات السابقة العربية والأجنبية

(2 - 5 - 1): الدراسات السابقة العربية

ــ دراسة (نجم ومبيضين، 2009) بعنوان "الجودة الالكترونية: نحو نموذج مقترح لأبعاد الجودة الالكترونية".

هدفت إلى التوصّل لوضع نموذج شامل للجودة الالكترونية من خلال إستعراض أبعاد الجودة الالكترونية. ولتحقيق ذلك تم الإعتماد على الأدبيات والدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الجودة الالكترونية. وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها أن الإهتمام بالجودة لم يكن هو الأسبق وإنما هو نتاج تطور مفهوم الكفاءة وانتقل إلى الإهتمام بجودة المنتج إذ أن الإهتمام بجودة الخدمة كان مرحلة لاحقة. أما بالنسبة للإنموذج المقترح لجودة المواقع الالكترونية فقد قدّمت الدراسة أنموذجاً يتضمن خمسة أبعاد للجودة الالكترونية هي جودة موقع المنظمة على الشبكة، وجودة البرمجيات، وجودة المعلومات، وجودة تنوع الخدمات الالكترونية والأخلاقيات الإلكترونية.

ــ دراسة (حسين، 2010) بعنوان "تقييم جودة المواقع الالكترونية: دراسة تحليلية مقارنة بين بعض المواقع العربية والأجنبية".

هدفت إلى تقييم جودة المواقع الالكترونية من خلال إجراء مقارنة بين بعض المواقع الالكترونية العربية والأجنبية. وقد تكونت عينة الدراسة من (24) موقعاً عربياً وأجنبياً. ولتحقيق أهداف الدراسة فقد تم إعتماد المنهج الوصفي التحليلي. وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها أن معظم المعايير المعتمدة في التقييم متوفرة في المواقع الأجنبية أكثر من المواقع العربية، ومن المفترض الإعتماد على بعض المعايير عند البحث عن

المعلومات من قبل المستفيدين من المواقع الالكترونية بالإضافة إلى وجود جهات رقابية متخصصة تقوم بوضع معايير خاصة لجودة الموقع الالكتروني.

ـ دراسة (عبده، 2012) بعنوان "الجودة المدركة لخدمات المواقع الالكترونية وأثرها في تحقيق القيمة المضافة من وجهة نظر طلبة الجامعات الخاصة".

هدفت إلى التعرف إلى الجودة المدركة لخدمات المواقع الالكترونية في تحقيق القيمة المضافة من وجهة نظر طلبة الجامعات الخاصة. وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي. ولتحقيق أهداف الدراسة تم توزيع استبانة على (500) طالب وطالبة من الجامعات المبحوثة. وتم استخدام العديد من الأساليب الإحصائية الملاءمة لتحقيق أهداف الدراسة. وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها وجود علاقة طردية قوية بين الجودة المدركة لخدمات المواقع الالكترونية في تحقيق القيمة المضافة بالإضافة إلى أن جودة المواقع الالكترونية بأبعادها (سرعة الوصول، وسهولة الاستخدام، وكفاية شمول المعلومات، وشكل وتصميم الموقع) على القيمة المضافة بأبعادها (القيمة المالية والقيمة المنفعية).

ـ دراسة (الرواحنة، 2012) بعنوان "أثر جودة الموقع الالكتروني لديوان الخدمة المدنية في تحقيق رضا العاملين في إدارة الموارد البشرية في المنظمات الخاضعة لنظام الخدمة المدنية في الأردن".

هدفت إلى إختبار أثر جودة الموقع الالكتروني من حيث (جودة المعلومات وجودة الخدمات الالكترونية وجودة نظام الموقع الالكتروني) في تحقيق رضا العاملين في إدارة الموارد البشرية في المنظمات الخاضعة لنظام الخدمة المدنية الأردني. وقد شكّل العاملون في وحدات الموارد البشرية مجتمعاً للدراسة وتم إختيار عينة الدراسة بطريقة قصدية من العاملين الذيم يستخدمون المواقع الالكتروني لديوان الخدمة المدنية والبالغ عددهم (175). ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وتم استخدام العديد من

الأساليب الإحصائية المُناسبة. وقد توصّلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها أن جودة الموقع الالكتروني بأبعاده (جودة المعلومات وجودة الخدمات الالكترونية وجودة نظام الموقع الالكتروني) يؤثر في تحقيق رضا العاملين في إدارة الموارد البشرية في المنظمات الخاضعة لنظام الخدمة المدنية الأردني.

(2 - 5 - 2): الدراسات السابقة الأجنبية

- دراسة (Awamleh & Fernandes, 2005) بعنوان " ***Internet Banking: An Empirical Investigation into the Extent of Adoption by Banks and the Determinants of Customer Satisfaction in the United Arab Emirates***".

هدفت إلى تقييم المواقع الالكترونية للبنوك المحلية والأجنبية العاملة في الإمارات العربية المتحدة. وقد تبنّى الباحثين الأنموذج المقترح من قبل Diniz (1988) لإجراء عملية التقييم والمتضمِّن المعلومات والنقل وعلاقات العملاء. بالإضافة إلى تَعَرُّف أثر هذا التقييم على رضا الزبائن. تكوّنت عينة الدراسة من (35) بنكاً من أصل المجتمع البالغ (46) بنكاً مقسّمة إلى (19) بنك أجنبي و (16) بنك محلي. ولتحقيق أهداف الدراسة تمّ استخدام العديد من الأساليب الإحصائية أبرزها التحليل العاملي وتحليل الإنحدار المتعدد. وقد توصّلت الدراسة إلى أن أمان البنوك الإلكترونية تؤثّر بشكل إيجابي على رضا الزبائن، كما أن للعمر والجنس وعدد سنوات استخدام البنوك الالكترونية تلعب دور في تحقيق رضا الزبائن.

- **دراسة (Awwad, 2006) بعنوان** " ***Website Quality Factors from Jordanian Universities Students Viewpoint***".

هدفت إلى تحديد أهم عوامل الجودة المدركة للمواقع على شبكة الانترنت من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية. وقد تم تطوير الإستبانة إعتماداً على المقياس المعروف

WebQual المتضمن (12) بعداً لقياس جودة الموقع الالكتروني. وقد أظهرت نتائج التحليل العاملي لأبعاد جودة الموقع الالكتروني الإثنى عشر أن هناك عشرة أبعاد تُعَد الأكثر أهمية من وجهة نظر المستخدم الأردني وتتعلّق بجودة الموقع الالكتروني وهي ملاءمة المعلومات، التفاعلية، الثقة، الاستجابة، الإدراك الحسي، المظهر المرئي، الإبداع، المحتوى العاطفي، والإتصالات المتكاملة، ومعالجة الصفقات.

ـ دراسة (Lee & Kozar, 2006) بعنوان " *Investigating the effect of Website Quality on E-business Success: An analytic Hierarchy Process (AHP) Approach*".

هدفت إلى تفحُّص عوامل جودة الموقع الالكتروني (المعايير) وأهمية تلك المعايير في إختيار الموقع. إذ استخدم مدخل عملية التحليلي الهيكلي، كما هدفت إلى تحديد الفجوة بين ما يتوقعه عملاء الإنترنت من ناحية وتقييم جودة الموقع وما يتوقعه المديرون والمصممون للشركات، ودراسة العلاقة بين إعتماد ما يفضله الجمهور من الموقع ومستوى الأداء. تكونت عينة الدراسة من (156) فرداً من عملاء الانترنت و(34) مديراً ومصمماً من شركات الأعمال الالكترونية، حيث تم التركيز على العوامل الثلاث التالية (جودة النظام، وجودة المعلومات، وجودة الخدمة). ووجدت الدراسة أن كل عامل من العوامل الثلاث لجودة الموقع الالكتروني كان ذا صلة وثيقة في إختيار الموقع الاكثر تفضيلاً، كما توصلت الدراسة إلى أن نظام الجودة من وجهة نظر عملاء الإنترنت هو أحد أهم العوامل لتفضيل الموقع الالكتروني، كما أن إمكانية التنقل عبر الموقع والأمن تحتل مرتبة عالية في تفضيل المواقع، مشيراً إلى أنه يجب على المنظمات بذل المزيد من الجهد لجعل الموقع أكثر إمكانية للتنقل وأكثر أماناً.

ـ دراسة (Park, 2007) بعنوان "*Measuring Service Quality of Online Bookstores with WebQual*".

هدفت إلى التحقق من مدى ملاءمة مقياس WebQual في قياس جودة الخدمات المقدمة على المواقع الالكترونية. حيث قامت الدراسة على قطاع بيع الكتب. وقد إتبعت الدراسة منهجية رسمية لقياس جودة خدمات المواقع الالكترونية من خلال الإستكشاف والتحليل وكانت أداة الدراسة ممثلة بالاستبيان. وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها أن قياس جودة المواقع الالكترونية من خلال مقياس الـ WebQual يعد أداة مناسبة لقياس جودة الخدمات الالكترونية المقدمة عبر المواقع الالكترونية إذ أنه يستكشف العلاقة بين رضا العملاء والإحتفاظ بالعملاء وجودة الخدمات المقدمة لهم عبر الموقع الالكتروني.

ـ دراسة (Tarigan, 2008) بعنوان "*User Satisfaction Using WebQual Instrument: A Research on Stock Exchange of Thailand (SET)*".

هدفت إلى التَعرُّف على أثر توافر عناصر جودة خدمات الموقع الالكتروني على رضا المستخدمين للخدمات الالكترونية لبورصة تايلاند وإعتمدت الدراسة على أنموذج جودة الموقع الالكتروني WebQual في تحديد المتغيرات المستقلة لهذه الدراسة وهي جودة المعلومات وجودة النظام وجودة التفاعل مع الخدمات الالكترونية وكان رضا المستخدم يمثّل المتغيّر التابع وتم توزيع الاستبانة على عينة الدراسة والبالغ عددها (341) واستخدم أسلوب التحليل العاملي للتعرُّف على نتائج هذه الدراسة وأظهرت وجود علاقة إيجابية بين متغيرات الدراسة المستقلة وبين رضا المستخدمين للخدمات الالكترونية لبورصة تايلاند.

ـ دراسة (Kim & Niehm, 2009) بعنوان "*The Impact of Website Quality on Information Quality, Value, and Loyalty Intentions in Apparel Retailing*".

هدفت إلى التعرُّف على العلاقة بين جودة الموقع الالكتروني وجودة المعلومات المستلمة والنية للولاء. تكوّنت عينة الدراسة من (300) طالب. ولتحقيق أهداف الدراسة تم

تطوير استبانة تعكس متغيرات الدراسة وتم استخدام أنموذج المعادلات الهيكلية. وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها أن أبعاد جودة الموقع الالكتروني تؤثر بشكل إيجابي على جودة المعلومات المستلمة، وأن جودة المعلومات المستلمة تؤثر على القيمة المستلمة والنية للولاء. كما أن القيمة المستلمة تؤثر إيجابياً تجاه النية للولاء.

ـ دراسة (Hausman & Siekpe, 2009) بعنوان " ***The effect of web interface features on consumer online purchase intentions***".

هدفت إلى إختبار أثر العوامل التقنية والبشرية على النية الالكترونية للشراء لدى زبائن التجارة الالكترونية. تكونت عينة الدراسة من (39) طالباً من تخصص إدارة الأعمال يدرسون في الجامعات الأمريكية الواقعة في الجنوب. وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي. وبعد إجراء التحليلات الإحصائية الملائمة توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ابرزها أن للعوامل التقنية والبشرية إرتباط إيجابي النية الالكترونية للشراء لدى أفراد عينة الدراسة من الطلبة.

ـ دراسة (Chen, et..al., 2010) بعنوان " ***Information Systems Strategy: Reconceptualization, Measurement, and Implications***".

هدفت إلى بيان أهم العوامل المرتبطة باستراتيجية نظم المعلومات المعتمدة في الشركات ذات التقنية العالية بالإضافة إلى تحديد أهم مؤشرات قياس استراتيجية نظم المعلومات لدى الشركات ذات التقنية العالية العاملة في الولايات المتخدة الامريكية. وبعد مراجعة (48) دراسة منشورة على المستوى الدولي ذات علاقة بالدراسة الحالية توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها أن من المؤشرات الرئيسيّة التي تستخدمها الشركات لقياس مدى نجاح استراتيجية نظم المعلومات لديها هو جودة الموقع الالكتروني لديها.

ـ دراسة (AL-Faouri & AL-Kasasbeh, 2011) بعنوان " *The Influence of Aviation Companies' Perceived Websites Quality on E-Trust: An Exploratory Study*".

هدفت إلى التعرُّف على تأثير جودة الموقع الالكتروني على الثقة الالكترونية. وقد تكوّنت عينة الدراسة من (247) طالب وعضو هيئة تدريس وموظف من (12) جامعة وطنية عربية وأجنبية. ولتحقيق أهداف الدراسة لجأ الباحثين إلى الاستبانة أداة رئيسة لجمع البيانات من أفراد عينة الدراسة. وتم استخدام تحليل الإنحدارالمتعدد لإختبار فرضيات الدراسة وأنموذجها. وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها أن تصميم الموقع الالكتروني وسهولة استخدامه تؤثر على الثقة الالكترونية.

ـ دراسة (Hur, et..al, 2011) بعنوان " *A Structural Model of the Relationships between Sport Website Quality, E-Satisfaction, and E-Loyalty*".

هدفت إلى إختبار العلاقة بين جودة الموقع الالكتروني الرياضي والرضا الالكتروني والولاء الالكتروني. وقد تكونت عينة الدراسة من (371) مستجيب ممن يتابعون المواقع الالكترونية الرياضية. ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي وذلك من خلال الاستبانة أداة رئيسة لجمع المعلومات والبيانات من أفراد عينة الدراسة. ومن خلال استخدام أنموذج المعادلات الهيكلية توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها وجود علاقة دالة إحصائياً بين جودة الموقع الالكتروني الرياضي والرضا الالكتروني والولاء الالكتروني.

ـ دراسة (Ltifi & Gharbi, 2012) بعنوان "*The impact of electronic services on e-trust in the Tunisian post*".

هدفت إلى بيان أثر الخدمات الالكترونية على الثقة الالكترونية في البريد الالكتروني. وقد تم جمع بيانات ومعلومات الدراسة من خلال استبيان تم توزيعه على الأفراد ممن لهم

خبرة وتجربة سابقة في التعاملات الالكترونية. وقد تكونت عينة الدراسة من (200) فرد يتعاملون مع أربعة مكاتب بريدية. وقد توصلت الدراسة إلى أن الخدمات الالكترونية تؤثر بشكل إيجابي على الثقة الالكترونية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

ــ دراسة (Ho, et..al, 2012) بعنوان " *The mediating effect of website quality on Internet searching behavior*".

هدفت إلى إختبار الأثر الوسيط لجودة الموقع الالكتروني على سلوك البحث على الانترنت. ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام استبانة للحصول على البيانات والمعلومات من أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم (856) فرداً. وتم استخدام أنموذج المعادلات الهيكلية لقياس التأثير الوسيط. ومن خلال إجراء عملية تحليل البيانات والمعلومات التي تم الحصول عليها توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها أن جودة الموقع الالكتروني كمتغير وسيط تؤثر على سلوك البحث عبر الانترنت، وأنّ هناك علاقة بين الاتجاهات حول الانترنت وجودة الموقع الالكتروني.

ــ دراسة (Rahimnia & Hassanzadeh, 2013) بعنوان " *The impact of website content dimension and e-trust on e-marketing effectiveness: The case of Iranian commercial saffron corporations*".

هدفت إلى إختبار أثر محتوى الموقع الالكتروني متضمناً بعدي التصميم والمعلومات على كفاءة التسويق الالكتروني والثقة الالكترونية كمتغيرات وسيطة. وقد تكونت عينة الدراسة من (100) مؤسسة تجارية. وقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي من خلال الاستبانة لجمع المعلومات والبيانات من أفراد عينة الدراسة. وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها أن محتوى الموقع الالكتروني يؤثر على التسويق الالكتروني والثقة الالكترونية، كما أنّ الثقة الالكترونية تلعب دوراً وسيطاً في العلاقة بين الثقة الالكترونية وكفاءة التسويق الالكتروني.

ـ دراسة (chung, et..al, 2013) بعنوان " ***The effect of site quality on repurchase quality intention in internet shopping through mediating variables:the case of university students in south korea***".

هدفت الدراسة لتحديد تأثير جودة الموقع على نية إعادة الشراء والتسوُّق من الإنترنت من خلال رضا العملاء، و ثقة العملاء ، و التزام العملاء .ولتحقيق أهداف الدراسة تمّ استخدام استبانة للحصول على البيانات والمعلومات من أفراد عيِّنة الدراسة والبالغ عددهم 230 طالب جامعي من محافظة جيونجنام في كوريا الجنوبية ، حيث أكدت نتائج التحليل التجريبي أن نوعية الموقع يمكن تصوّرها باعتبارها مركّب من ستة أبعاد من راحة التسوق، و تصميم الموقع، و فائدة المعلومات، أمن المعاملات ، ونظام الدفع، والاتصالات العملاء. ثانيا"،أن نوعية الموقع أثرت إيجابياً على رضا العملاء و ثقة العملاء ، ولكن لم يؤثر في التزام العملاء ونية إعادة الشراء . ثالثا" يمكن أن يؤثر جودة الموقع على نية إعادة الشراء من خلال تعزيز أو تخفيض رضا العملاء، و ثقة العملاء ، و التزام العملاء في حالة انجازهم للمعاملات عبر الإنترنت . تمّ تحديد التأثر الوسيط لرضا العملاء، و ثقة العملاء ، و التزام العملاء بين جودة الموقع و نية إعادة الشراء . رابعا" ، أن جودة الموقع تؤثر بطريقة غير مباشرة على التزام العملاء من خلال رضا العملاء .

حيث أن رضا العملاء يؤثر بطريقة غير مباشرة على نية إعادة الشراء من خلال ثقة العملاء و التزام العملاء . وبالتالي ، تبين أن جودة الموقع الالكتروني يمكن أن يكون عاملاً مهماً جداً لتعزيز نية إعادة الشراء من وجهة العملاء.

(2 - 6): مايُمَيِّز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

إن أهم ما يميز الدراسة الحالية يتعلّق بعدد من الجوانب أهمها:

1. **بيئة الدراسة:** أجريت العديد من الدراسات السابقة على شركات متعددة ومتنوعة الخدمات بشكل عام في حين سوف يتم تطبيق هذه الدراسة في دائرة الاراضي والمساحة الاردنية كدراسة حالة، وعلى حد علم الباحثة لم تجرى مثل هذه الدراسة في الدائرة المذكورة سابقاً. ونظراً لما تتميز به دائرة الاراضي والمساحة الاردنية من حيث طبيعة عملها واعتمادها الرسوم والمخططات المتنوعة للأراضي فإنّ ذلك يجعلها تسعى جاهدة لتقديم أفضل الخدمات للمواطنين كعملاء لهذه الدائرة، فإنّ هذا النوع من الدراسات يُعبِّر عن مستوى جودة الخدمات الالكترونية المقدّمة للعملاء يُبيّن مدى توافق هذا المستوى من الخدمات مع رغبات وحاجات العملاء مما يُحفِّز العديد من الباحثين ودائرة الاراضي والمساحة الاردنية الى الاستمرار في دراسة مستوى جودة الخدمات المقدمة من قبل هذه الدائرة من وقت لآخر.
2. **هدف الدراسة:** تنوعت الاتجاهات البحثية للدراسات السابقة حيث دارت حول جودة الخدمات في الشركات التجارية والخدمية بشكل عام، ولكنها لم تتطرق إلى دراسة أثر الموقع الالكتروني والثقة الالكترونية في رضا متلقي الخدمة من العملاء.
3. **المنهجية:** تعتبر الدراسة الحالية دراسة وصفية تحليلية كونها تأخذ بعين الإعتبار مدى تأثير جودة الموقع الالكتروني بأبعاده المراد دراستها والثقة الالكترونية في رضا متلقي الخدمة في دائرة الاراضي والمساحة الاردنية.

الـفـصل الثالث

الطريقة والإجراءات

(3 - 1): المقدمـــــــة

هدفت الدراسة الحالية إلى بيان أثر جودة الموقع الإلكتروني والثقة الالكترونية في رضا متلقي الخدمة بدائرة الأراضي والمساحة الأردنية.

وعليه، فإن الفصل الحالي يتضمن منهج الدراسة المتبع، ومجتمع الدراسة وعينتها، ووصف المتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة، وأدوات الدراسة ومصادر الحصول على المعلومات، والمعالجات الإحصائية المستخدمة وكذلك فحص صدق أداة الدراسة وثباتها.

(3 - 2): منـهج الدراسة

يمكن إعتبار الدراسة الحالية دراسة وصفية تحليلية. فهي وصفية وذلك للوقوف على طبيعة مضامين كلاً من جودة الموقع الإلكتروني والثقة الالكترونية في تحقيق رضا متلقي الخدمة بدائرة الأراضي والمساحة الأردنية. وهي تحليلية للتعرف على تأثير كل من جودة الموقع الإلكتروني والثقة الالكترونية في رضا متلقي الخدمة بدائرة الأراضي والمساحة الأردنية.

(3 - 3): مجتمع الدراسة وعيّنتـها

تكوّن مجتمع الدراسة من جميع المكاتب العقارية لبيع وشراء الاراضي من متلقي الخدمات من دائرة الأراضي والمساحة الاردنية في منطقة العاصمة عمان. أما عينة الدراسة فقد تم الاعتماد في تحديدها على أسلوب المسح الشامل لمجتمع الدراسة من مديري

المكاتب العقارية المتعاملة مع دائرة الاراضي والمساحة الاردنية الكترونيا والبالغ عددهم (250) مديراً حسب سجلات وزارة الصناعة والتجارية الاردنية.

وتم توزيع (250) إستبانة على عينة الدراسة، استرجع منها (232) بنسبة (92.8%). وبعد فحص الاستبانات لبيان مدى صلاحيتها للتحليل الإحصائي، استبعد منها (13) استبانة لعدم صلاحيتها لعملية التحليل الإحصائي وذلك بسبب عدم استكمالها لشروط التحليل. وبهذا يصبح إجمالي عدد الاستبانات الصالحة لعملية التحليل الإحصائي (219) استبانة بنسبة (94.39%) من إجمالي عدد الاستبانات المسترجعة.

(3 - 4): المتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة

توضِّح الجداول (3 . 1) ، (3 . 2) ، (3 . 3) ، (3 . 4) المتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة (العمر ؛ والجنس ؛ والمؤهل العلمي ؛ وعدد سنوات الخبرة).

إذ يُوضِّح الجدول (3 . 1) أن 10% من أفراد عينة الدراسة هم ممن تقل أعمارهم عن 30 سنة، وأن 44% من أفراد عينة الدراسة هم ممن تتراوح أعمارهم بين 30 إلى 34 سنة، كما أظهرت النتائج أن 31% من أفراد عينة الدراسة هم ممن تتراوح أعمارهم بين 35 إلى 39 سنة، وأخيراً، تبيَّن أن نسبة افراد عينة الدراسة ممن تزيد أعمارهم عن 40 سنة فأكثر ما مجمله 16%.

الجدول (3 . 1)

يُوضِّح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمر

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)
العمر	أقل من 30 سنة	21	10
	من 30– 34 سنة	96	44
	من 35– 39 سنة	67	31
	40 سنة فأكثر	35	16
المجموع		219	100

وبما يتعلق بمتغير العمر، فقد بينت النتائج المعروضة في الجدول (3 . 2) أن 72% من أفراد عينة الدراسة هم من الذكور، وما نسبته 28% هم من الإناث.

الجدول (3 . 2)

يُوضِّح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)
الجنس	ذكور	157	72
	إناث	62	28
المجموع		219	100

وبما يرتبط بمُتغير المؤهل العلمي وكما هو موضَّح بالجدول (3 . 3) فقد تبين أن 15% من حملة شهادة الدبلوم في إختصاصاتهم، وأن 48% من افراد عينة الدراسة هم من حملة درجة البكالوريوس في إختصاصاتهم، كما بينت النتائج أن نسبة الأفراد من حملة شهادة الدبلوم العال بلغت نسبتهم 1% ونفس النسبة لحملة درجة الدكتوراه في اختصاصاتهم. وأخيراً، بلغت نسبة أفراد عينة الدراسة من حملة درجة الماجستير ما مجمله 35%.

الجدول (3 . 3)

يُوضِّح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)
المؤهل العلمي	دبلوم	32	15
	بكالوريوس	106	48
	دبلوم عال	2	1
	ماجستير	77	35
	دكتوراه	2	1
المجموع		219	100

وأخيراً، بالنسبة لمتغير عدد سنوات الخبرة، فقد أظهرت النتائج والموضَّحة بالجدول (3 . 4) أن ما نسبته 33% من أفراد عينة الدراسة هم ممن تتراوح عدد سنوات خبرتهم العملية من 5 ـ 10 سنوات؛ وأن 24% هم ممن لديهم خبرة عملية 5 سنوات فأقل. واخيراً، تبين أن إجمالي النسبة المئوية للمبحوثين من عينة الدراسة هم ممن لديهم خبرة أكثر من 10 سنوات بلغت 42.6%.

الجدول (3 . 4)

يُوضِّح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب عدد سنوات الخبرة

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)
عدد سنوات الخبرة	5 سنوات فأقل	53	24
	من 5 - 10 سنوات	73	33
	من 11 - 15 سنة	65	30
	أكثر من 16 سنة	28	13
المجموع		219	100

(3 - 5): أدوات الدراسة ومصادر الحصول على المعلومات

لتحقيق أهداف الدراسة لجأت الباحثة إلى استخدام مصدرين أساسيين لجمع المعلومات، وهما:

المصادر الثانوية، حيث توجهت الباحثة في معالجة الإطار النظري للدراسة إلى مصادر البيانات الثانوية والتي تتمثل في الكتب والمراجع العربية والاجنبية ذات العلاقة، والدوريات والمقالات والتقارير، والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، والبحث والمطالعة في مواقع الانترنت المختلفة. وكان هدف الباحثة من اللجوء للمصادر الثانوية في الدراسة، التعرف على الأسس والطرق العلمية السليمة في كتابة الدراسات، وكذلك أخذ تصوُّر عام عن آخر المستجدات التي حدثت في موضوعات الدراسة الحالية.

المصادر الاولية، لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع الدراسة تم اللجوء إلى جمع البيانات الأولية من خلال الاستبانة التي قامت الباحثة بتطويرها كأداة رئيسية للدراسة، والتي شملت على عدد من العبارات عكست أهداف الدراسة وأسئلتها، والتي قام المبحوثين بالإجابة عليها، وتم إستخدام مقياس ليكرت الخماسي Five Likert Scale، بحيث أخذت كل إجابة أهمية نسبية. ولأغراض التحليل تم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS

وتضمنت الإستبانة أربعة أجزاء، هي:

الجزء الأول: الجزء الخاص بالمتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة من خلال (4) متغيرات وهي (العمر ؛ والجنس ؛ والمؤهل العلمي ؛ وعدد سنوات الخبرة) لغرض وصف

عينة الدراسة وإجراء بعض المقارنات لإستجابة أفراد العينة على المتغيرات موضوع الدراسة في ضوء المتغيرات الديمغرافية.

الجزء الثاني: تضمن مقياس جودة الموقع الالكتروني عبر أربعة أبعاد رئيسة ، وهي (تصميم الموقع ؛ معلومات الموقع؛ أمن الموقع؛ وإتصالات الموقع) و(20) فقرة لقياسها، مقسَّمة على النحو الآتي:

جودة الموقع الالكتروني	تصميم الموقع	معلومات الموقع	امن الموقع	إتصالات الموقع
عدد الفقرات	5	5	5	5
ترتيب الفقرات	5 . 1	10 . 6	15 . 11	16 . 20

وتراوح مدى الاستجابة من (1 . 5) وفق مقياس ليكرت الخماسي Five Likert Scale كالآتي:

بدائل الإجابة	**أوافق بشدة**	**أوافق**	**محايد**	**لا أوافق**	**لا أوافق على الإطلاق**
الدرجة	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

الجزء الثالث: تضمن مقياس الثقة الالكترونية عبر (5) فقرات لقياسها. وتراوح مدى الاستجابة من (1 . 5) وفق مقياس ليكرت الخماسي Five Likert Scale كالآتي:

بدائل الإجابة	**أوافق بشدة**	**أوافق**	**محايد**	**لا أوافق**	**لا أوافق على الإطلاق**
الدرجة	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

الجزء الرابع: تضمن مقياس رضا متلقي الخدمة عبر (9) فقرات لقياسها، وتراوح مدى الاستجابة من (1 . 5) وفق مقياس ليكرت الخماسي Five Likert Scale كالآتي:

بدائل الإجابة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
الدرجة	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

وبهذا تكونت الإستبانة (أداة الدراسة) وبشكلها النهائي من (34) فقرة بمقياس ليكرت الخماسي Five Likert Scale.

(3 - 6): المعالجة الإحصائية المستخدمة

للإجابة عن أسئلة الدراسة وإختبار فرضياتها لجأت الباحثة إلى الرزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية Statistical Package for Social Sciences الإصدار العشرون . SPSS Ver.20 .. وقد قامت الباحثة من خلاله بتطبيق الأساليب التالية:

أساليب الإحصاء الوصفي، والمتضمنة:

- التكرارات والنسب المئوية Frequencies & Percent بهدف تحديد مؤشرات القياس المعتمدة في الدراسة وتحليل خصائص عينة الدراسةديموغرافياً.
- المتوسطات الحسابية Arithmetic Mean لتحديد مستوى إستجابة أفراد عينة الدراسةعن متغيراتها.
- الإنحراف المعياري Standard Deviation لقياس درجة تباعد إستجابات أفراد عينة الدراسةعن وسطها الحسابي.

- معادلة طول الفئة والتي تقضي بقياس مستوى الأهمية لمتغيرات الدراسة، والذي تم إحتسابه وفقاً للمعادلة التالية:

$$\text{مدى التطبيق} = \frac{\text{العلامة القصوى – العلامة الدنيا}}{3}$$

$$\text{مدى التطبيق} = \frac{5 - 1}{3} = 1.33$$

وبناء على ذلك يكون:

الأهمية المنخفضة من 1 . أقل من 2.33

الأهمية المتوسطة من 2.33 . لغاية 3.66

الأهمية المرتفعة من 3.67 فأكثر

أساليب الإحصاء الإستدلالي، والمتضمنة:

- معامل كرونباخ ألفا Cronbach Alpha لقياس ثبات أداة الدراسة (الاستبانة) ومقدار الإتساق الداخلي لها. ودرجة مصداقية الإجابات عن فقرات الاستبانة.
- إختبار T لعينة واحدة One sample T-test وذلك للتحقُّق من معنوية فقرات الإستبانة المعدة مقارنة بالوسط الفرضي.
- معامل تضخم التباين Variance Inflation Factor واختبار التباين المسموح Tolerance للتأكد من عدم وجود الارتباط المتعدد Multicollinearity بين المتغيرات المستقلة.
- تحليل الإنحدارالمتعدد Multiple Regression analysis وذلك للتحقُّق من أثر مجموعة من المتغيرات المستقلة على متغير تابع واحد.

- تحليل الإنحدارالبسيط Simple Regression analysis وذلك للتحقُّق من أثر متغير مستقل واحد على متغير تابع واحد.
- تحليل التباين الأحادي للتحقُّق من الفروق في الثقة الالكترونية لدى أفراد عينة الدراسة تبعاً للفرق في المؤهل العلمي وعدد سنوات الخبرة.
- تحليل المسار باستخدام برنامج Amos Ver.20 بهدف بناء الأنموذج المقترح لتأثير جودة الموقع الالكتروني والثقة الالكترونية على رضا متلقي الخدمة.

(3 - 7): صدق أداة الدراسة وثباتها

أ) الصدق الظاهري

تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين تألفت من (5) أساتذة من أعضاء الهيئة التدريسية متخصصين في إدارة الأعمال وإدارة الأعمال الالكترونية وأسماء المحكمين بالملحق رقم (1)، وقد تمت الاستجابة لآراء المحكمين وتم إجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة، وبذلك خرج الاستبيان في صورته النهائية كما موضَّح بالملحق رقم (2).

ب) ثبات أداة الدراسة

قامت الباحثة باستخدام اختبار الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha)، لقياس مدى التناسق في إجابات المبحوثين على كل الأسئلة الموجودة في المقياس، وعلى الرغم من ان قواعد القياس في القيمة الواجب الحصول عليها غير محددة، إلا أن الحصول

على (Alpha ≥ 0.60) يُعد في الناحية التطبيقية للعلوم الإدارية والإنسانية بشكل عام أمراً مقبولاً (Sekaran, 2003). والجدول (3 . 5) يُبيّن نتائج أداة الثبات لهذه الدراسة.

الجدول (3 . 5)

معامل ثبات الاتساق الداخلي لأبعاد الاستبانة (مقياس كرونباخ ألفا)

ت	البعد	عدد الفقرات	قيمة (α) ألفا
1	جودة الموقع الالكتروني	20	0.861
1 - 1	تصميم الموقع	5	0.739
1 - 2	معلومات الموقع	5	0.811
1 - 3	أمن الموقع	5	0.731
1 - 3	إتصالات الموقع	5	0.826
2	الثقة الالكترونية	5	0.783
3	رضا متلقي الخدمة	9	0.834
	الإستبانة ككل	34	0.898

إذ يُوضِّح الجدول (3 . 5) قيم الثبات لمتغيرات الدراسة الرئيسية والتي تراوحت بين (0.783) للثقة الالكترونية كحد أدنى، و (0.861) لجودة الموقع الالكتروني كحد أعلى. كما بلغ معامل ثبات الإستبانة بشكل شمولي (0.898). وتدل مؤشرات كرونباخ ألفا Cronbach Alpha أعلاه على تمتع إداة الدراسة بصورة عامة بمعامل ثبات عال وبقدرتها على تحقيق أغراض الدراسة وفقاً لـ (Sekaran, 2006).

الـفـصل الرابع
تحليل النتائج واختبار الفرضيات

(4 - 1): المقدمـــــــة

يستعرض هذا الفصل نتائج التحليل الإحصائي لاستجابة أفراد عينة الدراسة للمتغيرات التي اعتمدت فيها من خلال عرض المؤشرات الإحصائية الأولية لإجاباتهم من خلال المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل متغيرات الدراسة والأهمية النسبية، كما يتناول الفصل اختبار فرضيات الدراسة والدلالات الإحصائية الخاصة بكل منها.

(4 - 2): تحليل نتائج الدراسة

أولاً: جودة الموقع الالكتروني

لوصف وتحليل جودة الموقع الالكتروني (تصميم الموقع، معلومات الموقع، أمن الموقع، إتصالات الموقع)، لجأت الباحثة إلى إستخدام المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية، والإختبار التائي "t" للتحقُّق من معنوية الفقرة وأهمية الفقرة، كما هو موضَّح بالجداول (4 . 1) ؛ (4 . 2) ؛ (4 . 3) ؛ (4 . 4).

جدول (4 . 1)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم t ومستوى تصميم الموقع

ت	تصميم الموقع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t" المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
1	يتصف الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة بالجاذبية من حيث الابتكار في التصميم	4.013	1.064	14.094	0.000	1	مرتفعة
2	تصميم الموقع الالكتروني الخاص بدائرة الأراضي والمساحة ملائم لنوع الخدمة التي يقدمها	3.990	1.096	13.376	0.000	3	مرتفعة
3	الخصائص المتحركة (الصور) المستخدمة داخل موقع دائرة الاراضي والمساحة ملائمة لطبيعة الموقع	4.000	1.000	14.799	0.000	2	مرتفعة
4	النصوص المصاحبة لجميع ملفات الفيديو والصوت والصورة لموقع دائرة الاراضي والمساحة سهلة التحميل	3.945	1.056	13.239	0.000	5	مرتفعة
5	يتصف الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة بالتأثير العاطفي بطريقة عرضه للموضوعات	3.963	0.957	14.897	0.000	4	مرتفعة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام لتصميم الموقع	3.982	0.944				

قيمة (t) الجدولية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) (1.651).

تم حساب قيمة (t) الجدولية بالاستناد إلى الوسط الافتراضي للفقرة والبالغ (3).

إذ يُوضِّح الجدول (4 . 1) إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بتصميم الموقع. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين (3.945 ـ 4.013) بمتوسط مقداره (3.982) على مقياس ليكرت الخماسي الذي يُشير إلى المستوى المرتفع لتصميم الموقع. إذ جاءت في المرتبة الأولى فقرة "**يتصف الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة بالجاذبية من حيث الابتكار في التصميم**" بمتوسط حسابي بلغ (4.013) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3.982)، وانحراف معياري بلغ (1.064)، فيما حصلت الفقرة "**النصوص المصاحبة لجميع ملفات الفيديو والصوت والصورة لموقع دائرة الاراضي والمساحة سهلة التحميل**" على المرتبة الخامسة والأخيرة بمتوسط حسابي (3.945) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.982) وانحراف معياري (1.056). ويُبيّن الجدول أيضاً التشتت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة حول تصميم الموقع بفقراته وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول أهمية تصميم الموقع. ويُشير الجدول أيضاً إلى التقارب في قيم المتوسطات الحسابية، إذ نلاحظ أنه من خلال مستويات الدلالة أنه لم تكن هناك اختلافات في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول العبارات المكونة لتصميم الموقع حيث كانت كافة مستويات الدلالة أقل من (0.05) لجميع الفقرات. وبشكل عام يتبيّن أن مستوى أهمية تصميم الموقع من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً.

كما يُبيّن الجدول (4 . 2) إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بمعلومات الموقع. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين (3.724 . 3.949) بمتوسط مقداره (3.795) على مقياس ليكرت الخماسي الذي يُشير إلى المستوى المرتفع لمعلومات

الموقع. إذ جاءت في المرتبة الأولى فقرة "**المعلومات على الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة تحدث بشكل مستمر**" بمتوسط حسابي بلغ (3.949) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3.795)، وانحراف معياري بلغ (0.924)، فيما حصلت الفقرة "**تعكس معلومات الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة أهدافها الاستراتيجية والتشغيلية**" على المرتبة الخامسة والأخيرة بمتوسط حسابي (3.724) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.795) وانحراف معياري (1.071). ويُبيّن الجدول أيضاً التشتت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة حول معلومات الموقع بفقراته وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول أهمية معلومات الموقع. ويُشير الجدول أيضاً إلى التقارب في قيم المتوسطات الحسابية، إذ نلاحظ أنه من خلال مستويات الدلالة أنه لم تكن هناك اختلافات في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول العبارات المكونة لمعلومات الموقع حيث كانت كافة مستويات الدلالة أقل من (0.05) لجميع الفقرات. وبشكل عام يتبيّن أن مستوى أهمية معلومات الموقع من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً.

جدول (4 . 2)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم t ومستوى معلومات الموقع

ت	معلومات الموقع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t" المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
6	المعلومات على الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة تحدث بشكل مستمر	3.949	0.924	15.198	0.000	1	مرتفعة
7	تعكس معلومات الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة أهدافها الاستراتيجية والتشغيلية	3.724	1.071	10.022	0.000	5	مرتفعة
8	يحتوي الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة معلومات عن الخدمات التي تقدمها الدائرة	3.726	1.069	10.042	0.000	4	مرتفعة
9	المعلومات المقدمة من الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة ذات موثوقية عالية	3.767	1.069	10.620	0.000	3	مرتفعة
10	الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة يوفر عملية التصفح بأكثر من لغة	3.812	1.047	11.480	0.000	2	مرتفعة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام لمعلومات الموقع	3.795	0.941				

قيمة (t) الجدولية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) (1.651).

تم حساب قيمة (t) الجدولية بالاستناد إلى الوسط الافتراضي للفقرة والبالغ (3).

ويُشير الجدول (4 . 3) إلى إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بأمن الموقع. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين (3.616 . 3.844) بمتوسط مقداره (3.709) على مقياس ليكرت الخماسي الذي يُشير إلى المستوى المرتفع لأمن الموقع. إذ جاءت في المرتبة الأولى فقرة "**الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة يحافظ على خصوصية المعلومات الشخصية للمستخدم**" بمتوسط حسابي بلغ (3.844) وهو أعلى من

المتوسط الحسابي العام البالغ (3.709)، وانحراف معياري بلغ (1.114)، فيما حصلت الفقرة "**يوجد لدى دائرة الاراضي والمساحة برامج مساعدة لمساعدة المستخدمين عند حدوث مشكلة**" على المرتبة الخامسة والأخيرة بمتوسط حسابي (3.616) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.709) وانحراف معياري (1.337). ويُبيّن الجدول أيضاً التشتت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة حول أمن الموقع بفقراته وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول أهمية أمن الموقع. ويُشير الجدول أيضاً إلى التقارب في قيم المتوسطات الحسابية، إذ نلاحظ أنه من خلال مستويات الدلالة أنه لم تكن هناك اختلافات في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول العبارات المكونة لأمن الموقع حيث كانت كافة مستويات الدلالة أقل من (0.05) لجميع الفقرات. وبشكل عام يتبيّن أن مستوى أهمية أمن الموقع من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً.

جدول (4 . 3)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم t ومستوى أمن الموقع

ت	أمن الموقع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t" المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
11	الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة يتمتع بامن للعمليات والخدمات التي يقدمها	3.707	1.183	8.851	0.000	2	مرتفعة
12	الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة يحافظ على خصوصية المعلومات الشخصية للمستخدم	3.844	1.114	11.218	0.000	1	مرتفعة
13	يوجد لدى دائرة الاراضي والمساحة برامج مساعدة لمساعدة المستخدمين عند حدوث مشكلة	3.616	1.337	6.822	0.000	5	متوسطة
14	الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة مزوّد بمؤشر للتعليمات حول استخدام أي جزء من الموقع	3.680	1.287	7.817	0.000	4	مرتفعة
15	الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة يتعامل مع المعلومات والوثائق بسريّة تامة	3.698	1.230	8.402	0.000	3	مرتفعة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام لأمن الموقع	3.709	1.102				

قيمة (t) الجدولية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) (1.651).

تم حساب قيمة (t) الجدولية بالاستناد إلى الوسط الافتراضي للفقرة والبالغ (3).

وأخيراً، يُبيّن الجدول (4 . 4) إجابات عيِّنة الدراسة عن العبارات المتعلّقة بإتصالات الموقع. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغيِّر بين (3.616 . 3.785) بمتوسط مقداره (3.707) على مقياس ليكرت الخماسي الذي يُشير إلى المستوى المرتفع لأمن الموقع.

إذ جاءت في المرتبة الأولى فقرة "**يوجد روابط مساعده في كل صفحة بحيث تسهل للمستخدم الانتقال إلى الصفحة الرئيسية من خلال أي صفحة أخرى في الموقع**" بمتوسط حسابي بلغ (3.785) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3.707)، وانحراف معياري بلغ (0.988)، فيما حصلت الفقرة "**يحتوي الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة على فهرس ووصلات تساعد المستخدم على الانتقال من صفحة إلى اخرى**" على المرتبة الخامسة والأخيرة بمتوسط حسابي (3.616) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.707) وانحراف معياري (1.172). ويُبيّن الجدول أيضاً التشتت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة حول إتصالات الموقع بفقراته وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول أهمية إتصالات الموقع. ويُشير الجدول أيضاً إلى التقارب في قيم المتوسطات الحسابية، إذ نلاحظ أنه من خلال مستويات الدلالة أنه لم تكن هناك اختلافات في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول العبارات المكونة لإتصالات الموقع حيث كانت كافة مستويات الدلالة أقل من (0.05) لجميع الفقرات. وبشكل عام يتبيّن أن مستوى أهمية إتصالات الموقع من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً.

جدول (4 . 4)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم t ومستوى إتصالات الموقع

ت	إتصالات الموقع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t" المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
16	يحتوي الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة على فهرس ووصلات تساعد المستخدم على الانتقال من صفحة إلى اخرى	3.616	1.172	7.779	0.000	5	متوسطة
17	يستطيع المستخدم لموقع دائرة الاراضي والمساحة الالكتروني معرفة الصفحة الحالية التي يتصفحها من خلال إظهار عنوانها بالكامل	3.730	1.139	9.488	0.000	2	مرتفعة
18	تعمل روابط الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة بشكل صحيح من حيث الانتقال إلى المكان المطلوب بشكل صحيح	3.694	1.142	8.991	0.000	4	مرتفعة
19	يوجد روابط مساعده في كل صفحة بحيث تسهل للمستخدم الانتقال إلى الصفحة الرئيسية من خلال أي صفحة أخرى في الموقع	3.785	0.988	11.761	0.000	1	مرتفعة
20	عند تصفح صفحات طويلة يوجد روابط مساعده في الصفحة بحيث تسهل للمستخدم الانتقال إلى أعلى الصفحة	3.712	0.969	10.874	0.000	3	مرتفعة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام لإتصالات الموقع	3.707	0.823				

قيمة (t) الجدولية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) (1.651).

تم حساب قيمة (t) الجدولية بالاستناد إلى الوسط الافتراضي للفقرة والبالغ (3).

ثانياً: الثقة الالكترونية

لوصف وتحليل الثقة الالكترونية، لجأت الباحثة إلى إستخدام المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية، والإختبار التائي "t" للتحقُّق من معنوية الفقرة وأهمية الفقرة، كما هو موضَّح بالجداول (4 . 5).

جدول (4 . 5)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم t ومستوى الثقة الالكترونية

ت	الثقة الالكترونية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t" المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
21	يتميز الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة بتنفيذ المعاملات بطريقة ملاءمة	3.561	0.995	8.352	0.000	5	متوسطة
22	الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة يلبي كافة احتياجات المستفيدين	3.689	0.925	11.020	0.000	2	مرتفعة
23	الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة يبقي مصلحة المستفيدين في الاعتبار الأول خلال عملية إنجاز المعاملات	3.643	0.986	9.657	0.000	3	متوسطة
24	الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة يقدم خدمات جديرة بالاحترام	3.616	0.971	9.389	0.000	4	متوسطة
25	يتابع المسوؤلين لدائرة الاراضي والمساحة الموقع الالكتروني لها في سبيل معالجة معظم اهتمامات المستفيدين	3.698	1.031	10.020	0.000	1	مرتفعة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام للثقة الالكترونية	3.642	0.874				

قيمة (t) الجدولية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) (1.651).

تم حساب قيمة (t) الجدولية بالاستناد إلى الوسط الافتراضي للفقرة والبالغ (3).

إذ يُوضِّح الجدول (4 . 5) إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بالثقة الالكترونية. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين (3.561 ـ 3.698) بمتوسط مقداره (3.642) على مقياس ليكرت الخماسي الذي يُشير إلى المستوى المتوسط للثقة الالكترونية. إذ جاءت في المرتبة الأولى فقرة "**يتابع المسوؤلين لدائرة الاراضي والمساحة الموقع الالكتروني لها في سبيل معالجة معظم اهتمامات المستفيدين**" بمتوسط حسابي بلغ (3.698) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3.642)، وانحراف معياري بلغ (1.031)، فيما حصلت الفقرة "**يتميز الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة بتنفيذ المعاملات بطريقة ملائمة**" على المرتبة الخامسة والأخيرة بمتوسط حسابي (3.561) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.642) وانحراف معياري (0.995). ويُبيّن الجدول أيضاً التشتت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة حول الثقة الالكترونية بفقراته وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول أهمية الثقة الالكترونية. ويُشير الجدول أيضاً إلى التقارب في قيم المتوسطات الحسابية، إذ نلاحظ أنه من خلال مستويات الدلالة أنه لم تكن هناك اختلافات في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول العبارات المكونة للثقة الالكترونية حيث كانت كافة مستويات الدلالة أقل من (0.05) لجميع الفقرات. وبشكل عام يتبيّن أن مستوى أهمية الثقة الالكترونية من وجهة نظر عينة الدراسة كان متوسطاً.

ثالثاً: رضا متلقي الخدمة

لوصف وتحليل رضا متلقي الخدمة، لجأت الباحثة إلى إستخدام المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية، والإختبار التائي **"t"** للتحقُّق من معنوية الفقرة وأهمية الفقرة، كما هو موضَّح بالجدول (4 . 6).

إذ يُبيّن الجدول (4 . 6) إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة برضا متلقي الخدمة. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين (3.456 ـ 3.721) بمتوسط مقداره (3.573) على مقياس ليكرت الخماسي الذي يُشير إلى المستوى المتوسط لرضا متلقي الخدمة. إذ جاءت في المرتبة الأولى فقرة "**تتسم عملية الوصول إلى متطلبات الخدمة والإرشادات اللازمة لها بالموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة بالسهولة**" بمتوسط حسابي بلغ (3.721) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (3.573)، وانحراف معياري بلغ (1.018)، فيما حصلت الفقرة "**استخدام الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة يُسهّل عملية الوصول للمعلومات المطلوبة**" على المرتبة التاسعة والأخيرة بمتوسط حسابي (3.456) وهو أدنى من المتوسط الحسابي الكلي والبالغ (3.573) وانحراف معياري (1.080). ويُبيّن الجدول أيضاً التشتت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة حول رضا متلقي الخدمة بفقراته وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول أهمية رضا متلقي الخدمة. ويُشير الجدول أيضاً إلى التقارب في قيم المتوسطات الحسابية، إذ نلاحظ أنه من خلال مستويات الدلالة أنه لم تكن هناك اختلافات في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول العبارات المكونة لرضا متلقي الخدمة حيث كانت كافة مستويات الدلالة أقل من (0.05) لجميع الفقرات. وبشكل عام يتبيّن أن مستوى أهمية رضا متلقي الخدمة من وجهة نظر عينة الدراسة كان متوسطاً.

جدول (4 . 6)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم t ومستوى رضا متلقي الخدمة

ت	رضا متلقي الخدمة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t" المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى الأهمية
26	تتسم عملية الوصول إلى متطلبات الخدمة والإرشادات اللازمة لها بالموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة بالسهولة	3.721	1.018	10.486	0.000	1	مرتفعة
27	تتسم إجراءات تقديم الخدمة بالموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة بالوضوح	3.707	1.025	10.213	0.000	2	مرتفعة
28	الخدمات المساندة للموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة توفر المعلومات المطلوبة بسهولة	3.680	1.091	9.226	0.000	3	مرتفعة
29	من خلال الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة يتم تحديد موعد للمراجعة لمعرفة الإجراء المتخذ	3.538	1.146	6.956	0.000	5	متوسطة
30	تلتزم دائرة الاراضي والمساحة بالمواعيد في انجاز المعاملة	3.529	1.114	7.036	0.000	6	متوسطة
31	الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة مزود بتعليمات حول آلية تقديم الشكاوى والاقتراحات	3.547	1.045	7.757	0.000	4	متوسطة
32	يتم استقبال الشكاوى والاقتراحات المقدمة لدائرة الاراضي ومحاولة ايجاد الحلول لها من خلال الموقع الالكتروني لها	3.506	1.063	7.050	0.000	7	متوسطة
33	استخدام الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة يسهل عملية الوصول للمعلومات المطلوبة	3.456	1.080	6.256	0.000	9	متوسطة
34	تهتم الإدارة العليا لدائرة الاراضي والمساحة الموقع بعملية التحسين المستمر للخدمة المقدمة من حيث تبسيط الإجراءات وسرعة الانجاز	3.474	1.212	5.795	0.000	8	متوسطة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام لرضا متلقي الخدمة	3.573	0.962				

قيمة (t) الجدولية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ (1.651).

تم حساب قيمة (t) الجدولية بالاستناد إلى الوسط الافتراضي للفقرة والبالغ (3).

(4 - 3): اختبار فرضيات الدراسة

قبل البدء في تطبيق تحليل الإنحدار لإختبار فرضيات الدراسة قامت الباحثة بإجراء بعض الإختبارات وذلك من أجل ضمان ملاءمة البيانات لإفتراضات تحليل الإنحدار، إذ تم التأكد من عدم وجود إرتباط عالٍ بين المتغيرات المستقلة Multicollinearity بإستخدام معامل تضخم التباين Variance Inflation Factor (VIF) وإختبار التباين المسموح به Tolerance لكل متغير من متغيرات الدراسة مع مراعاة عدم تجاوز معامل تضخم التباين المسموح به (VIF) للقيمة (10). وأن تكون قيمة التباين المسموح به Tolerance أكبر من (0.05).

وتم التأكد أيضاً من إتباع البيانات للتوزيع الطبيعي Normal Distribution بإحتساب معامل الإلتواء Skewness، إذ إن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي إذا كانت قيمة معامل الإلتواء تقل عن (1)، والجدول رقم (4 . 7) يُبيّن نتائج هذه الإختبارات.

جدول (4 . 7)

نتائج اختبار تضخم التباين والتباين المسموح به ومعامل الالتواء

ت	المتغيرات المستقلة	VIF	Tolerance	Skewness
1	تصميم الموقع	2.123	0.471	-0.537
2	معلومات الموقع	3.977	0.251	-0.521
3	أمن الموقع	3.199	0.313	-0.759
4	إتصالات الموقع	2.389	0.419	-0.206
5	الثقة الالكترونية	1.664	0.601	-0.065

يتضح من النتائج الواردة في الجدول (4 . 7) عدم وجود إرتباط خطي متعدد Multicollinearity بين أبعاد المتغيرات المستقلة، وإن ما يؤكد ذلك قيم معيار إختبار معامل تضخم التباين (VIF) للمتغيرات المستقلة والبالغة (2.123 ؛ 3.977 ؛ 3.199 ؛ 2.389 ؛ 1.664) على التوالي والتي تقل عن (10). كما يتضح أن قيم إختبار التباين المسموح به (Tolerance) تراوحت بين (0.215 . 0.601) وهي أعلى من (0.05) ويعد هذا مؤشراً على عدم وجود إرتباط عالٍ بين المتغيرات المستقلة. وقد تم التأكد من أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي بإحتساب معامل الالتواء (Skewness) حيث كانت القيم أقل من ($\pm$1).

وتأسيساً على ما تقدم وبعد التأكد من عدم وجود تداخل خطي بين أبعاد المتغيرات المستقلة، وإن بيانات متغيرات الدراسة تخضع للتوزيع الطبيعي فقد أصبح بالإمكان إختبار فرضيات الدراسة.

الفرضيّة الرئيسية الأولى HO_1

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة الموقع الالكتروني بأبعاده (تصميم الموقع ؛ معلومات الموقع ؛ أمن الموقع ؛ إتصالات الموقع**) في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية عند مستوى دلالة** ($\alpha \leq 0.05$).

لاختبار هذه الفرضيّة تم تجزئتها إلى أربعة فرضيات فرعية، وكما يلي:

الفرضيّة الفرعية الأولى $HO_{1\text{-}1}$

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتصميم الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية في تحقيق رضا متلقي الخدمة عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

لاختبار هذه الفرضيّة تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقُّق من أثر تصميم الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية في تحقيق رضا متلقي الخدمة، وكما هو موضَّح بالجدول (4 . 8).

جدول (4 . 8)

نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لتأثير تصميم الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية في تحقيق رضا متلقي الخدمة

المتغير التابع	(R) الارتباط	(R^2) معامل التحديد	F المحسوبة	DF درجات الحرية		Sig* مستوى الدلالة	β معامل الانحدار لتصميم الموقع الالكتروني	T المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة
رضا متلقي الخدمة	0.041	0.002	0.364	الانحدار	1	0.547	0.041	0.604	0.547
				البواقي	217				
				المجموع	218				

*يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

يُوضِّح الجدول (4 . 8) أثر تصميم الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية في تحقيق رضا متلقي الخدمة. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي عدم وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لتصميم الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية في تحقيق رضا متلقي الخدمة، إذ بلغ معامل الارتباط ***R*** (0.041) عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$).

أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.002)، أي أن ما قيمته (0.002) من التغيرات في رضا متلقي الخدمة ناتج عن التغير في مستوى الاهتمام بتصميم الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية ، كما بلغت قيمة درجة التأثير ***β*** (0.041). وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الاهتمام بتصميم الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية يؤدي إلى زيادة في مستوى رضا متلقي الخدمة بقيمة (0.252)، كما بلغت قيمة ***F*** المحسوبة (0.364) وهي غير دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)، ويؤكد عدم معنوية التأثير قيمة ***T*** المحسوبة التي بينت عدم معنوية درجة التأثير لتصميم الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية في تحقيق رضا متلقي الخدمة وهي غير دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

وكما هو موضَّح بالجدول (4 . 8). وهو ما يؤكد صحة قبول الفرضيّة الفرعية الأولى، وعليه تقبل الفرضيّة التي تنص على:

عدم وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لتصميم الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية في تحقيق رضا متلقي الخدمة عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضيّة الفرعية الثانية HO_{1-2}

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمعلومات الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية في تحقيق رضا متلقي الخدمة عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

لاختبار هذه الفرضيّة تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقُّق من أثر معلومات الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية في تحقيق رضا متلقي الخدمة، وكما هو موضَّح بالجدول (4 . 9).

جدول (4 . 9)

نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لتأثير معلومات الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية في تحقيق رضا متلقي الخدمة

المتغير التابع	(R) الارتباط	(R^2) معامل التحديد	F المحسوبة	DF درجات الحرية		Sig* مستوى الدلالة	β معامل الانحدار لمعلومات الموقع الالكتروني	T المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة
رضا متلقي الخدمة	0.252	0.064	14.766	الانحدار	1	0.000	0.252	3.843	0.000
				البواقي	217				
				المجموع	218				

*يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

يُوضِّح الجدول (4 . 9) أثر معلومات الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية في تحقيق رضا متلقي الخدمة. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لمعلومات الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية في تحقيق رضا متلقي الخدمة، إذ بلغ معامل الارتباط ***R*** (0.252) عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$). أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.064)، أي أن ما قيمته (0.064) من التغيُّرات في رضا متلقي الخدمة ناتج عن التغيُّر في مستوى الاهتمام بمعلومات الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية ، كما بلغت قيمة درجة التأثير ***β*** (0.252). وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الاهتمام بمعلومات الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية يؤدي إلى زيادة في مستوى رضا متلقي الخدمة بقيمة (0.252)، كما بلغت قيمة ***F*** المحسوبة (14.766) وهي دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)، ويؤكد معنوية التأثير قيمة ***T*** المحسوبة التي بينت معنوية درجة التأثير لمعلومات الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية في تحقيق رضا متلقي الخدمة وهي دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) وكما هو موضَّح بالجدول (4 . 9). وهو ما يُؤكِّد عدم صحة قبول الفرضيّة الفرعية الثانية، وعليه تُرفض الفرضيّة العدمية (الصفرية)، وتُقبل الفرضيّة البديلة التي تنُص على:

وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لمعلومات الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية في تحقيق رضا متلقي الخدمة عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضيّة الفرعية الثالثة HO_{1-3}

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأمن الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية في تحقيق رضا متلقي الخدمة عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

لاختبار هذه الفرضيّة تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقُّق من أثر أمن الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية في تحقيق رضا متلقي الخدمة، وكما هو موضَّح بالجدول (4 . 10).

جدول (4 . 10)

نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لتأثير أمن الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية في تحقيق رضا متلقي الخدمة

المتغير التابع	(R) الارتباط	(R^2) معامل التحديد	F المحسوبة	DF درجات الحرية		Sig* مستوى الدلالة	β معامل الانحدار لأمن الموقع الالكتروني	T المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة
رضا متلقي الخدمة	0.026	0.001	0.142	الانحدار	1	0.706	0.026	0.377	0.706
				البواقي	217				
				المجموع	218				

*يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

يُوضِّح الجدول (4 . 10) أثر أمن الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية في تحقيق رضا متلقي الخدمة. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي عدم وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لأمن الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية في تحقيق رضا متلقي الخدمة، إذ بلغ معامل الارتباط ***R*** (0.026) عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$). أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.001)، أي أن ما قيمته (0.001) من التغيُّرات في رضا متلقي الخدمة ناتج عن التغيُّر في مستوى الاهتمام بأمن الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية ، كما بلغت قيمة درجة التأثير ***β*** (0.026). وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الاهتمام بأمن الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية

يؤدي إلى زيادة في مستوى رضا متلقي الخدمة بقيمة (0.026)، كما بلغت قيمة ***F*** المحسوبة (0.142) وهي غير دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)، ويؤكد عدم معنوية التأثير قيمة ***T*** المحسوبة التي بيّنت عدم معنوية درجة التأثير لأمن الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية في تحقيق رضا متلقي الخدمة وهي غير دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) وكما هو موضَّح بالجدول (4 . 10). وهو ما يُؤكِّد صحّة قُبول الفرضيّة الفرعية الثالثة، وعليه تُقبل الفرضيّة التي تنُص على:

عدم وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لأمن الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية في تحقيق رضا متلقي الخدمة عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضيّة الفرعية الرابعة HO_{1-4}

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإتصالات الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية في تحقيق رضا متلقي الخدمة عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

لاختبار هذه الفرضيّة تمَّ استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقُّق من أثر إتصالات الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية في تحقيق رضا متلقي الخدمة، وكما هو موضَّح بالجدول (4 . 11).

جدول (4 . 11)

نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لتأثير إتصالات الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية في تحقيق رضا متلقي الخدمة

المتغير التابع	(R) الارتباط	(R^2) معامل التحديد	F المحسوبة	DF درجات الحرية		Sig* مستوى الدلالة	β معامل الانحدار لاتصالات الموقع الالكتروني	T المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة
رضا متلقي الخدمة	0.594	0.352	118.077	الانحدار	1	0.000	0.594	10.866	0.000
				البواقي	217				
				المجموع	218				

*يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

يُوضِّح الجدول (4 . 11) أثر إتصالات الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية في تحقيق رضا متلقي الخدمة. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لإتصالات الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية في تحقيق رضا متلقي الخدمة، إذ بلغ معامل الارتباط ***R*** (0.594) عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$).

أما معامل التحديد ***R²*** فقد بلغ (0.352)، أي أن ما قيمته (0.352) من التغيُّرات في رضا متلقي الخدمة ناتج عن التغير في مستوى الاهتمام بإتصالات الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية ، كما بلغت قيمة درجة التأثير ***β*** (0.594). وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الاهتمام بإتصالات الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية يؤدي إلى زيادة في مستوى رضا متلقي الخدمة بقيمة (0.594)، كما بلغت قيمة ***F*** المحسوبة (118.077) وهي دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)، ويؤكد معنوية تأثير قيمة ***F*** المحسوبة قيم ***T*** المحسوبة التي بينت معنوية درجة التأثير لإتصالات الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية في تحقيق رضا متلقي الخدمة وهي دالة عند مستوى

($\alpha \leq 0.05$) وكما هو موضَّح بالجدول (4 . 11). وهو ما يؤكد عدم صحة قبول الفرضيّة الفرعية الرابعة، وعليه ترفض الفرضيّة العدمية (الصفرية)، وتقبل الفرضيّة البديلة التي تنص على:

وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لإتصالات الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية في تحقيق رضا متلقي الخدمة عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

وللتحقُّق من تأثير أبعاد جودة الموقع الالكتروني ذات الدلالة المعنوية قامت الباحثة بإجراء تحليل الإنحدار المتعدد، وكما هو موضَّح بالجدول (4 . 12).

الجدول (4 . 12)

نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لتأثير جودة الموقع الالكتروني بأبعادها (معلومات الموقع ؛ إتصالات الموقع) في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية

<table>
<tr><th>المتغير التابع</th><th>(R) الارتباط</th><th>(R^2) معامل التحديد</th><th>F المحسوبة</th><th colspan="2">DF درجات الحرية</th><th>Sig* مستوى الدلالة</th><th colspan="2">β معامل الانحدار</th><th>T المحسوبة</th><th>Sig* مستوى الدلالة</th></tr>
<tr><td rowspan="3">رضا متلقي الخدمة</td><td rowspan="3">0.629</td><td rowspan="3">0.395</td><td rowspan="3">70.559</td><td>بين المجاميع</td><td>4</td><td rowspan="3">0.000</td><td rowspan="2">معلومات الموقع</td><td rowspan="2">0.222</td><td rowspan="2">3.908</td><td rowspan="2">0.000</td></tr>
<tr><td>البواقي</td><td>216</td></tr>
<tr><td>المجموع</td><td>218</td><td>إتصالات الموقع</td><td>0.675</td><td>11.869</td><td>0.000</td></tr>
</table>

*يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

يُوضِّح الجدول (4 . 12) أثر جودة الموقع الالكتروني بأبعاده (معلومات الموقع ؛ إتصالات الموقع) في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية . إذ

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لجودة الموقع الالكتروني بأبعاده (معلومات الموقع ؛ إتصالات الموقع) في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية ، إذ بلغ معامل الارتباط ***R*** (0.629) عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$). أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.395)، أي أن ما قيمته (0.395) من التغيرات في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية ناتج عن التغير في جودة الموقع الالكتروني بأبعاده (معلومات الموقع ؛ إتصالات الموقع)، كما بلغت قيمة درجة التأثير β (0.222) لمعلومات الموقع ، (0.675) لإتصالات الموقع. وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الإهتمام بجودة الموقع الالكتروني بأبعاده (معلومات الموقع ؛ إتصالات الموقع) يؤدي إلى زيادة في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية بقيمة β (0.222) لمعلومات الموقع ، (0.675) لإتصالات الموقع. ويؤكد معنوية هذا التأثير قيمة ***F*** المحسوبة والتي بلغت (70.559) وهي دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$). وهذا يؤكِّد عدم صحة قبول الفرضيّة الرئيسيّة الأولى، وعليه تُرفض الفرضيّة العدمية (الصفرية)، وتُقبل الفرضيّة البديلة التي تنُص على:

وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لجودة الموقع الالكتروني بأبعاده (معلومات الموقع ؛ إتصالات الموقع) **في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية عند مستوى دلالة** ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضيّة الرئيسيّة الثانية HO_2

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للثقة الالكترونية في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

لاختبار هذه الفرضيّة تم استخدام تحليل الانحدار البسيط للتحقُّق من أثر الثقة الالكترونية في تحقيق رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية ، وكما هو موضَّح بالجدول (4 . 13).

جدول (4 . 13)

نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط لتأثير الثقة الالكترونية في تحقيق رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية

المتغير التابع	(R) الارتباط	(R^2) معامل التحديد	F المحسوبة	DF درجات الحرية		Sig* مستوى الدلالة	β معامل الانحدار للثقة الالكترونية	T المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة
رضا متلقي الخدمة	0.846	0.715	544.904	الانحدار	1	0.000	0.846	23.343	0.000
				البواقي	217				
				المجموع	218				

*يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

يُوضِّح الجدول (4 . 13) أثر الثقة الالكترونية في تحقيق رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية . إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للثقة الالكترونية في تحقيق رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية ، إذ بلغ مُعامل الارتباط ***R*** (0.846) عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$). أما معامل التحديد ***R^2*** فقد بلغ (0.715)، أي أن ما قيمته (0.715) من التغيرات في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية ناتج عن التغير في مستوى الاهتمام بالثقة الالكترونية، كما بلغت قيمة درجة التأثير ***β*** (0.846). وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الاهتمام بالثقة الالكترونية يؤدي إلى زيادة في مستوى رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية بقيمة (0.846)، كما بلغت قيمة ***F*** المحسوبة (544.904) وهي

دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)، ويؤكد معنوية تأثير قيمة *F* المحسوبة قيم ***T*** المحسوبة التي بينت معنوية درجة التأثير للثقة الالكترونية في تحقيق رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية وهي دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) وكما هو موضَّح بالجدول (4 . 13). وهو ما يُؤكِّد عدم صحّة قُبول الفرضيّة الرئيسية الثانية، وعليهِ تُرفُض الفرضيّة العدمية (الصفرية)، وتُقبل الفرضيّة البديلة التي تنُص على:

وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للثقة الالكترونية في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضيّة **الرئيسيّة الثالثة HO_3**

لا يوجد أثر مشترك ذو دلالة إحصائية لجودة الموقع الالكتروني والثقة الالكترونية في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

لاختبار هذه الفرضيّة تم استخدام تحليل الانحدار المتعدِّد للتحقُّق من التأثير المشترك لجودة الموقع الالكتروني والثقة الالكترونية في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية ، وكما هو موضَّح بالجدول (4 . 14).

جدول (4 . 14)

نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد للتأثير المشترك لجودة الموقع الالكتروني والثقة الالكترونية في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية

المتغير التابع	(R) الارتباط	(R^2) معامل التحديد	F المحسوبة	DF درجات الحرية		Sig* مستوى الدلالة	β معامل الانحدار للأنماط المعرفية		T المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة
رضا متلقي الخدمة	0.846	0.715	271.298	الانحدار	2	0.000	جودة الموقع الالكتروني	0.480	13.868	0.000
				البواقي	216		الثقة الالكترونية	0.843	22.016	0.000
				المجموع	218					

*يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

يُوضِّح الجدول (4 . 14) الأثر المشترك لجودة الموقع الالكتروني والثقة الالكترونية في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية . إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير مشترك ذي دلالة إحصائية لجودة الموقع الالكتروني والثقة الالكترونية في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية ، إذ بلغ معامل الارتباط ***R*** (0.846) عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$). أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.715)، أي أن ما قيمته (0.715) من التغيُّرات في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية ناتج عن التغيُّر في مستوى الاهتمام بجودة الموقع الالكتروني والثقة الالكترونية معاً، كما بلغت قيمة درجة التأثير ***β*** (0.480) لجودة الموقع الالكتروني، و(0.843) للثقة الالكترونية. وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الاهتمام بجودة الموقع الالكتروني والثقة الالكترونية معاً يؤدي إلى زيادة في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية بقيمة (0.480) لجودة الموقع الالكتروني، و(0.843) للثقة الالكترونية، كما بلغت قيمة ***F*** المحسوبة (271.298) وهي دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)،

ويؤكد معنوية تأثير قيمة ***F*** المحسوبة قيم ***T*** المحسوبة التي بينت معنوية درجة تأثير كل جودة الموقع الالكتروني والثقة الالكترونية وهي دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) وكما هو موضَّح بالجدول (4 . 14). وهو ما يؤكِّد عدم صحّة قُبول الفرضيّة الرئيسيّة الثالثة، وعليه تُرفض الفرضيّة العدمية (الصفرية)، وتُقبَل الفرضيّة البديلة التي تَنُص على:

وجود تأثير مشترك ذو دلالة إحصائية لجودة الموقع الالكتروني والثقة الالكترونية في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضيّة الرئيسيّة الرابعة HO_4

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية للثقة الالكترونية في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة تبعاً للإختلاف في (المؤهل العلمي وعدد سنوات الخبرة) **عند مستوى دلالة** ($\alpha \leq 0.05$).

لاختبار هذه الفرضيّة تم تجزئتها إلى فرضيتين فرعيتين وتمّ استخدام تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA.

الفرضيّة الفرعية الأولى HO_{4-1}

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية للثقة الالكترونية في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة تبعاً للإختلاف في لمؤهل العلمي عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

لإختبار هذه الفرضيّة، تمّ استخدام تحليل التباين الآحادي One Way ANOVA للتحقُّق من الفروق في وجهة نظر أفراد عينة الدراسة حول الثقة الالكترونية تبعاً للاختلاف في المؤهل العلمي وبمستوى دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$). وكما هو موضَّح بالجدول (4 . 15).

جدول (4 . 15)

نتائج اختبار تحليل التباين الآحادي للفروقات بين وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول الثقة الالكترونية تبعاً للمؤهل العلمي

الفرضيّة الفرعية الاولى	مصدر التباين S.O.V	مجموع المربعات SOS	درجات الحرية DF	متوسط مجموع المربعات MS	قيمة F المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة
الفروقات في الثقة الالكترونية	بين المجموعات	3.478	4	0.870	1.140	0.338
	داخل المجموعات	163.175	214	0.763		
	المجموع	166.654	218			

$\alpha \leq 0.05$

يتبيّن من خلال النتائج الموضَّحة في الجدول (4 . 15) عدم وجُود فروقات ذات دلالة إحصائية حول الثقة الالكترونية تبعاً للمؤهل العلمي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$). حيث كانت قيمة (F) المحسوبة غير دالة بقيمة بلغت (1.140) عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$). وعليه تقبل الفرضيّة العدمية (الصفرية) والتي تنص على:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية للثقة الالكترونية في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة تبعاً للإختلاف في المؤهل العلمي عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضيّة الفرعية الثانية HO_{4-2}

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية للثقة الالكترونية في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة تبعاً للإختلاف في عدد سنوات الخبرة عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

لإختبار هذه الفرضيّة، تم استخدام تحليل التباين الاحادي One Way ANOVA للتحقُّق من الفروق في وجهة نظر أفراد عينة الدراسة حول الثقة الالكترونية تبعاً للاختلاف في عدد سنوات الخبرة وبمستوى دلالة إحصائية($\alpha \leq 0.05$).وكما هو موضَّح بالجدول(4 . 16).

جدول (4 . 16)

نتائج اختبار تحليل التباين الآحادي للفروقات بين وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول الثقة الالكترونية تبعاً لعدد سنوات الخبرة

الفرضيّة الفرعية الثانية	مصدر التباين S.O.V	مجموع المربعات SOS	درجات الحرية DF	متوسط مجموع المربعات MS	قيمة F المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة
الفروقات في الثقة الالكترونية	بين المجموعات	0.548	3	0.183	0.236	0.871
	داخل المجموعات	166.106	214	0.773		
	المجموع	166.654	218			

$\alpha \leq 0.05$

إذ يتّضح من خلال النتائج المعروضة في الجدول (4 . 16) عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية حول الثقة الالكترونية تبعاً لعدد سنوات الخبرة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$). حيث كانت قيمة (F) المحسوبة غير دالة بقيمة بلغت (0.236) عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$). وعليه تُقبَل الفرضيّة العدمية (الصفرية) والتي تَنُص على:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية للثقة الالكترونية في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة تبعاً للإختلاف في عدد سنوات الخبرة عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

وإستناداً إلى النتائج المعروضة، قامت الباحثة باللجوء إلى تحليل المسار باستخدام برنامج Amos V.20 لبناء أنموذج مقترح يعرض الأوزان الإنحدارية والتأثيرية لكل متغير من المتغيرات المبحوثة، وكما هو موضَّح بالجدول (4 . 17) والشكل (4 . 1).

جدول (4 . 17)

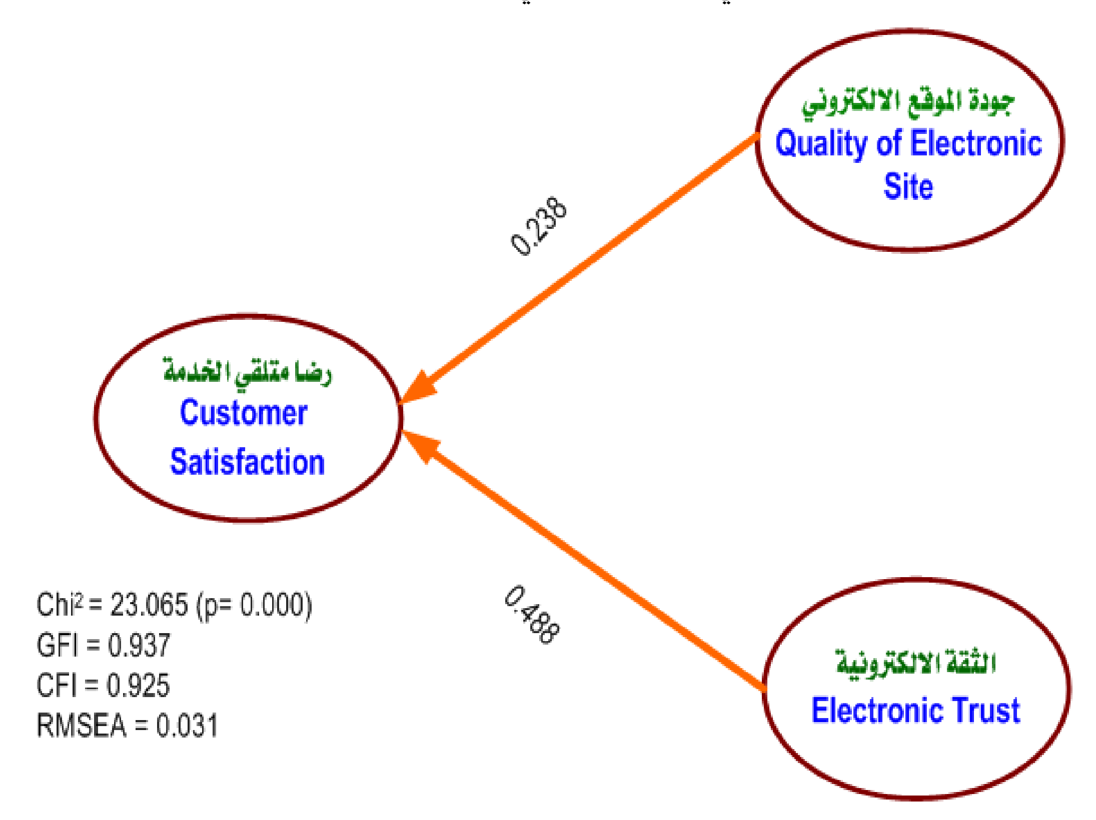
نتائج اختبار تحليل المسار وقيمة t لتأثير جودة الموقع الالكتروني والثقة الالكترونية في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية

البيان			قيمة التأثير	الخطأ المعياري	قيمة T	Sig* مستوى الدلالة
جودة الموقع الالكتروني	←	**رضا متلقي الخدمة**	0.238	0.674	2.710	0.021
الثقة الالكترونية	←	**رضا متلقي الخدمة**	0.488	0.819	2.891	0.017

إذ يتّضح من الجدول (4 . 17) قيمة تأثير جودة الموقع الالكتروني والثقة الالكترونية في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية والبالغة (0.238) لتأثير جودة الموقع الالكتروني على رضا متلقي الخدمة و (0.488) لتأثير الثقة الالكترونية على رضا متلقي الخدمة. كما يُبيّن الجدول أن قيمة t لمسار التأثير بلغت (2.710) لجودة الموقع الالكتروني ← رضا متلقي الخدمة. فيما بلغت قيمة t لمسار التأثير للثقة الالكترونية ← رضا متلقي الخدمة (2.891) عند مستوى دلالة (0.021) و (0.017) على التوالي وهذا يعني أن هناك تأثير دال معنوياً لجودة الموقع الالكتروني والثقة الالكترونية في تحقيق رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية . والشكل (4 . 1) يُوضِّح ذلك.

الشكل (4 . 1)

الأنموذج المقترح لتأثير جودة الموقع الالكتروني والثقة الالكترونية في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية



الـفـصل الخامس

الاستنتاجات والتوصيات

(5 - 1): المقدمـــــــــة

(5 - 2): مناقشة النتائج والاستنتاجات

(5 - 3): التوصيات

(5 - 1): المقدمـــــــة

هدفت الدراسة الحالية إلى بيان أثر جودة الموقع الإلكتروني والثقة الالكترونية في رضا متلقي الخدمة بدائرة الأراضي والمساحة الأردنية، وعليه أُفرد هذا الفصل لاستعراض نتائج الدراسة وتوصياتها، كما يلي:

(5 - 2): مناقشة النتائج والاستنتاجات

(5 - 2 - 1): النتائج والاستنتاجات المتعلقة بالتحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة

1. أشارت النتائج إلى أن مستوى جودة الموقع الإلكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية كان مرتفعاً وبمتوسط حسابي بلغ (3.799)، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية لجودة الموقع الإلكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية المعتمدة في الدراسة الحالية بين (3.707 - 3.982)، إذ جاء تصميم الموقع بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.982)، يليه معلومات الموقع بمتوسط حسابي بلغ (3.796)، وفي المرتبة الثالثة جاء أمن الموقع بمتوسط حسابي بلغ (3.709). وأخيرا، في المرتبة الرابعة جاء إتصالات الموقع بمتوسط حسابي بلغ (3.707).
2. تبيّن أن مستوى أهمية تصميم الموقع لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة كان مرتفعاً.
3. تبيّن أن مستوى أهمية معلومات الموقع لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة كان مرتفعاً.

4. تبيّن أن مستوى أهمية أمن الموقع لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة كان مرتفعاً.
5. تبيّن أن مستوى أهمية إتصالات الموقع لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة كان مرتفعاً.
6. أظهرت نتائج التحليل الوصفي لمتغير الثقة الالكترونية في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية أن مستوى الأهمية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة لها كانت متوسطة.
7. بيّنت النتائج أن مستوى رضا متلقي الخدمة عن الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة كان متوسطاً.
8. وهذه النتائج تتفق مع دراسة كل من (نجم ومبيضين، 2009) التي بينت أن الأنموذج المقترح لجودة المواقع الالكترونية يتضمن خمسة أبعاد للجودة الالكترونية هي جودة موقع المنظمة على الشبكة، وجودة البرمجيات، وجودة المعلومات، وجودة تنوع الخدمات الالكترونية والاخلاقيات الإلكترونية. كما تتفق مع نتيجة دراسة (حسين، 2010) التي أكدت أن معظم المعايير المعتمدة في تقييم المواقع الالكترونية متوفرة في المواقع الأجنبية أكثر من المواقع العربية، ومن المفترض الإعتماد على بعض المعايير عند البحث عن المعلومات من قبل المستفيدين من المواقع الالكترونية بالإضافة إلى وجود جهات رقابية متخصصة تقوم بوضع معايير خاصة لجودة الموقع الالكتروني.
9. كما أن نتائج الدراسة الحالية إتفقت من نتيجة دراسة (Awwad, 2006) التي أكدت أن هناك عشرةأبعاد تُعد الأكثر أهمية من وجهة نظر المستخدم الأردني وتتعلق بجودة الموقع الالكتروني وهي ملاءمة المعلومات، التفاعلية، الثقة، الاستجابة، الإدراك الحسي، المظهر المرئي، الإبداع، المحتوى العاطفي، والإتصالات المتكاملة، ومعالجة الصفقات.

10. وأخيراً، إتفقت مع نتيجة دراسة (Kim & Niehm, 2009) التي أشارت إلى أن أبعاد جودة الموقع الالكتروني تُؤثِّر بشكل إيجابي على جودة المعلومات المُستلمة، وأن جودة المعلومات المُستلمة تُؤثِّر على القيمة المُستلمة والنية للولاء. كما أن القيمة المُستلمة تؤثر إيجابياً تجاه النية للولاء.

(5 - 2 - 2): النتائج المتعلقة بإختبار فرضيات الدراسة

1. وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لجودة الموقع الالكتروني بأبعاده (معلومات الموقع ؛ إتصالات الموقع) في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).
2. وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لمعلومات الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية في تحقيق رضا متلقي الخدمة عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).
3. وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لإتصالات الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة الأردنية في تحقيق رضا متلقي الخدمة عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).
4. وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للثقة الالكترونية في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).
5. وجود تأثير مشترك ذو دلالة إحصائية لجودة الموقع الالكتروني والثقة الالكترونية في رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

وهذه النتائج تتفق مع دراسة كل من (الرواحنة، 2012) التي أوضحت أن جودة الموقع الالكتروني بأبعاده (جودة المعلومات وجودة الخدمات الالكترونية وجودة نظام الموقع الالكتروني) يُؤثِّر في تحقيق رضا العاملين في إدارة الموارد البشرية في المنظمات الخاضعة لنظام الخدمة المدنية الأردني. كما تتفق مع نتيجة دراسة (& Awamleh

(Fernandes, 2005) التي بيّنت أن أمان البنوك الإلكترونية تُؤثِّر بشكل إيجابي على رضا الزبائن، كما أنَّ العمر والجنس وعدد سنوات استخدام البنوك الالكترونية تلعب دور في تحقيق رضا الزبائن. كما أنَّ هذه النتائج إتفقت مع دراسة (Tarigan, 2008) التي أظهرت وجود علاقة إيجابية بين متغيرات الدراسة المستقلة وبين رضا المستخدمين للخدمات الالكترونية لبورصة تايلاند.

وتتفق أيضاً مع نتيجة دراسة (Hausman & Siekpe, 2009) التي توصلت إلى أن للعوامل التقنية والبشرية إرتباط إيجابي النية الالكترونية للشراء لدى أفراد عينة الدراسة من الطلبة. وإتفقت أيضاً مع نتيجة دراسة (Hur, et..al, 2011) التي أشارت إلى وجود علاقة دالة إحصائياً بين جودة الموقع الالكتروني الرياضي والرضا الالكتروني والولاء الالكتروني.

6. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية للثقة الالكترونية في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة تبعاً للإختلاف في المؤهل العلمي عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

7. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية للثقة الالكترونية في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة تبعاً للإختلاف في عدد سنوات الخبرة عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الاستنتاجات:

1. أهمية رضا متلقي الخدمة ووجود تأثير لجودة الموقع الالكتروني بأبعاده (معلومات الموقع ؛ إتصالات الموقع) من حيث أهمية المعلومات التي تقدمها الدائرة للزبون.
2. شعور مستخدمي الموقع بالرضا من فائدة المعلومات والتي يجب ان تُحدّث باستمرار حتى تَعُم الفائدة.
3. مع التقدُّم التكنولوجي يجب أن تكون طريقة الإتصال مع الموقع باستخدام جميع الطرق الإلكترونية.
4. إعتماد بعض البيانات التي تُقدّم عن طريق الموقع لزيادة ثقة المستخدمين.
5. نشر ثقافة استخدام الموقع للجميع وتفعيل دور الحكومة الإلكترونية لنشر المعلومات الموجودة على الموقع.

(5 - 3): التوصيات

1. العمل على توفير برامج مساعدة لدى دائرة الاراضي والمساحة لهدف مساعدة الموظفين العاملين لحل المشكلات التي فد تعترض تنفيذ وإنجاز مهام أعمالهم.
2. تعزيز وتحسين الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة بهدف تنفيذ معاملات المستفيدين بطريقة ملائمة.
3. تعزيز خدمات الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة وخصوصاً فيما يتعلّق بتحديد موعد المراجعات المرتبطة بالمعاملات بهدف معرفة المستفيدين للإجراءات المطلوبة لإتمام معاملاتهم.

4. تفعيل عملية تقديم الشكاوى والاقتراحات على الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة بهدف حلها وصولاً لتحقيق رضا المستفيدين.

5. تسهيل عملية وصول المستفيدين للمعلومات التي يحتاجونها عبر الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة وذلك بوضع إرشادات وتعليمات تتعلّق بكيفية الوصول للمعلومة المطلوبة.

6. الإهتمام وتعزيز التحسين المستمر للخدمة المقدمة عبر الموقع الالكتروني لدائرة الأراضي والمساحة من حيث تبسيط الإجراءات وسرعة الانجاز.

مراجع الدراسة

أولاً: المراجع العربية

ثانياً: المراجع الأجنبية

أولاً: المراجع العربية

1. أبو الرجاء عماد ؛ وحسن، ليلى رشيد، (2007)، "إطار نموذج لتقييم جودة المواقع الالكترونية، العدد الرابع، جامعة الزرقاء، الأردن، متوفر: www.isdent.info/moodle/forum/user

2. جمعة، سليمان، (2005)، "خصائص الجودة"، ورقة بحثية .تم استرجاع المعلومات عن الشبكة الإلكترونية متوفر: www.alex4books.com/arabic/articles.asp?id=5&t

3. حسين، محمد مصطفي، (2010)، "تقييم جودة المواقع الالكترونية: دراسة تحليلية مقارنة بين بعض المواقع العربية والأجنبية"، **مجلة تكريت للعلوم الإدارية والإقتصادية**، المجلد 6، العدد 18: 35 . 58.

4. خوجة، توفيق، (2003)، "**المدخل في تحسين الجودة"**، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمّان: الأردن.

5. الدرادكة، مأمون ؛ والشبلي، طارق، (2002)، "**الجودة في المنظمات الحديثة"**، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمّان: الأردن.

6. الرواحنة، عمار سلامة، (2012)، " أثر جودة الموقع الالكتروني لديوان الخدمة المدنية في تحقيق رضا العاملين في إدارة الموارد البرية في المنظمات الخاضعة لنظام الخدمة المدنية في الأردن"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة الشرق الأوسط، عمان: الأردن.

7. الزعبي، محمد بلال ؛ والشرايعة، أحمد يطيشان، (2004)، "**الحاسوب والبرمجيات الجاهزة"**، دار وائل للنشر والتوزيع، عمّان: الأردن.

8. السامرائي، حفصة عطا الله حسين، (2002)، "المزيج التسويقي للخدمة الصحية وأثره في رضا الزبون: دراسة مقارنة لعينة من المستشفيات الحكومية والخاصة في بغداد"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة بغداد، العراق.

9. الشكرجي، أسماء طه نوري، (2008)، "اثر العدالة التنظيمية والثقة التنظيمية في الإحتراق النفسي للعاملين: دراسة تطبيقية لآراء عينة من العاملين في وزارة التعليم العالي والبحث العلمي"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة بغداد، العراق.

10. الطائي، ناصر ناصر صبر، (2007)، "الأنماط القيادية والثقة التنظيمية وأثرها في تحقيق الالتزام التنظيمي: دراسة تشخيصية تحليلية لآراء عينة من المديرين في شركات القطاع الصناعي المختلط"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة بغداد، العراق.

11. عبد الحميد، إعراب، (2005)، "إشكالية جودة المعلومات في المواقع الالكترونية"، مجلة العربية، العدد 12، الجزائر، متوفر: www.arabcin.net/arabiaall/2005/12

12. عبده، ماجدة عزت، (2012)، "الجودة المدركة لخدمات المواقع الالكترونية وأثرها في تحقيق القيمة المضافة من وجهة نظر طلبة الجامعات الخاصة"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة الشرق الأوسط، عمان: الأردن.

13. عليمات، صالح ناصر، (2004)، "**إدارة الجودة: التطبيق ومقترحات التطوير**"، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمّان: الأردن.

14. سعد العنزي، (2001)، "بناء مقياس الرضا عن خدمات أقسام الطوارئ بالمستشفيات العراقية"، **مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية**، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد، بغداد.

15. الغنبوصي، سالم بن سليم بن محمد، (2005)، "إدارة الجودة: نماذج وتجارب عالمية"، **كلية التربية**، جامعة اليرموك، بعنوان: تجديدات وتطبيقات مستقبلية، للفترة 22 . 24 نوفمبر.

16. المحياوي، قاسم نايف، (2006)، "**ادارة الجودة في الخدمات: مفاهيم وتطبيقات وعمليات**"، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمّان: الأردن.

17. مصطفى، أحمد سيد والأنصاري، محمد مصيلحي، (2002)، "**برنامج إدارة الجودة الشاملة وتطبيقاتها**"، المركز العربي للتدريب والنشر، الدوحة: قطر.

18. نجم، عبود نجم ؛ والمبيضين، باسم، (2009)، "الجودة الالكترونية: نحو نموذج مقترح لأبعاد الجودة الالكترونية"، **المؤتمر العلمي الثالث**، جامعة العلوم التطبيقية، عمان: الأردن.

19. الهادي، محمد محمد ؛ وصالح، مصطفى جودت، (2001)، "معايير جودة المحتوى الالكتروني لصفحة الويب"، متوفر: www.quick.org.uk/meny.htm

ثانياً: المراجع الأجنبية

1. Aladwani, A.M Pa & Ivia, P.C, (2002), "Developing and validating an instrument for measuring userperceived web quality", ***Information & Management***, Vol.39, No.6:467-476.

2. AL-Faouri, Abeer Hmoud & AL-Kasasbeh, Mohammed Mufaddy, (2011), "The Influence of Aviation Companies' Perceived Websites Quality on E-Trust: An Exploratory Study", ***International Journal of Aviation Technology, Engineering and Management***, Vol.1, No.1: 14-29.pages 210-224

3. Arbore, A & Busacca, B, (2009), "Customer satisfaction and dissatisfaction in retail banking: exploring the asymmetric impact of attribute performances", ***Journal of Retailing and Consumer Services***, Vol. 16: 271-280.pages 132-141

4. Avinandan, Mukherjee & Prithwiraj, Nath, (2007), "Role of electronic trust in online retailing: A re-examination of the commitment-trust theory", ***European Journal of Marketing***, Vol. 41 Iss: 9/10:1173 – 1202.pages 332-350

5. Awamleh R & Fernandes C, (2005 "Internet Banking: An Empirical Investigation into the Extent of Adoption by Banks and the Determinants of Customer Satisfaction in the United Arab Emirates," ***Journal of Internet Banking and Commerce***, Vol. 10, No. 1.

6. Awwad, Mohammad, (2006), "Website Quality Factors from Jordanian UniversitiesnStudents' Viewpoint", ***Jordan Journal of Business Administration***, Vol.2, No.1: 147-161.pages 511-524

7. Bai, Billy, Law, Rob & Wen, Ivan, (2008), "The impact of website quality on customer satisfaction and purchase intentions: Evidence from Chinese online visitors", ***International Journal of Hospitality Management***, Vol.27: 391-402.pages 124-141

8. Bloemer, J & Odekerken-Schro¨der, G, (2002), "Store satisfaction and store loyalty explained by customer- and store-related factors", ***Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior***, Vol. 15: 68-80.pages 223-238

9. Bocij, P; Greasley, A & Hickie,S, (2008), "***Business Information System***", 4th ed, Pearson education.

10. Bowen, J & Chen, S, (2001), "The relationship between customer loyalty and customer satisfaction", ***International Journal of Contemporary Hospitality Management***, Vol. 13, No. 4/5: 213-217.

11. Brody .F, (2001), "Education in American elementary and secondary schools", journal of Shandong physical education institute, www.altavist.com

12. Chaffey, D, (2009), "***E-business and E- commerce Management***", 4th ed., Pearson education.

13. chaung; kai, jai & chang (2013), "The effect of site quality on repurchase intention in Internet shopping through mediating variables: The case of university students in South Korea ", *elesvier*, Volume 33, Issue 3, June 2013, Pages 453–463

14. Chen, Daniel; Mocker, Martin; Preston, David S.; and Teubner, Alexander, (2010), "Information Systems Strategy: Reconceptualization, Measurement, and Implications", *MIS* Quarterly, Vol.34, No. 2:233-259.

15. Chao, P. (2008), "Exploring the nature of the relationships between service quality and customer loyalty: an attribute-level analysis", ***The Service Industries Journal***, Vol. 28, No. 1: 95-116.pages 337-391

16. Conklin, M., Powaga, K. and Lipovetsky, S. (2004), "Customer satisfaction analysis: identification of key drivers", ***European Journal of Operational Research***, Vol. 154: 819-827.

17. Cooil, B., Keiningham, T., Aksoy, L. and Hsu, M. (2007), "A longitudinal analysis of customer satisfaction and share of wallet: investigating the moderating effect of customer characteristics", ***Journal of Marketing***, Vol. 71: 67-83.pqges 654-664

18. D'Amico, L. C, (2003), "Examining determinants of managerial trust: Evidence from a laboratory experiment", ***Paper presented at the National Public Management Research Conference***, Washington, D.C.

19. Delssler, f, (2002), "***A Framework for Management***", Prentice Hall, New Jersey

20. Gledec G., (2005), "Evaluating Web Site Quality", ***in Proceedings of the 7th Internet Users Conference*** (CUC2005), Croatia.

21. Hausman, A.V & Siekpe, J.S, (2009), "The effect of web interface features on consumer online purchase intentions", ***Journal of Business Research***, Vol.62: 5-13.

22. Ho, Li-An; Tsung-Hsien, Kuob & Binshan Lin, (2012), "The mediating effect of website quality on Internet searching behavior", ***Computers in Human Behavior***, Vol. 28, No.3: 840–848.

23. Holden, G; Belew, S; Elad, J, Rich,J & R.,Gulbransen, (2009), "***E-business***",Wiley

24. Hur, Youngjin; Ko, Yong Jae & Valacich, Joseph, (2011), "A Structural Model of the Relationships between Sport Website Quality, E-Satisfaction, and E-Loyalty", ***Journal of Sport Management***, Vol. 25: 458-473.

25. Hsu, Chia-Lin; Chang, Kuo-Chien & Chen, Mu-Chen, (2012), "The impact of website quality on customer satisfaction and purchase intention: perceived playfulness and perceived flow as mediators", ***Information Systems and e-Business Management***, Vol. 10, No. 4: 549-570

26. Kelly, B & Vidgen, B. (2005), "A Quality Framework for Website Quality User Satisfaction and Quality Assurance", Available: www.ukoln.ac.uk.

27. Kim, Hyejeong & Niehm, Linda S, (2009), "The Impact of Website Quality on Information Quality, Value, and Loyalty Intentions in Apparel Retailing", ***Journal of Interactive Marketing***, Vol. 23, No. 3: 221–233.

28. Kim, H-W., Xu, Y., and Koh, J, (2004), "A Comparison of Online Trust Building Factors between Potential Customers and Repeat Customers", ***Journal of the Association for Information Systems***, Vol.5, No.10: 392-420.

29. Kotler, P & Keller, K, (2012), "***Marketing Management*** ", 14th edition, Englewood Cliffs NJ, Prentice Hall International.

30. Lee, Y & Kozar, K.A., (2006), "Investigating the effect of website quality on e-business success: an analytic hierarchy process (AHP) approach", ***Decision Support Systems***, Vol. 42 No. 3: 383-1401

31. Lee, Gwo-Guang & Lin, Hsiu-Fen,(2005), "Customer perceptions of e-service quality in online shopping", ***International Journal Retail & Distribution Management***, Vol.33, No.2: 161-176.

32. Ltifi, Moez & Gharbi, Jamel-Eddine, (2012), "The impact of electronic services on e-trust in the Tunisian post", ***Interdisciplinary Journal of Contemporary Research Business***, Vol.3, No.9: 449-468.

33. Ma, H & Zaphiris, P, (2003), "The Usability and Content Accessibility of the e-Government in the UK", in ***Proceedings of Human Computer Interaction International Conference***, Greece,.

34. Park, Young A; Ulrike Gretzel & Ercan Sirakaya-Turk, (2007), "Measuring Web Site Quality for Online Travel Agencies", ***Journal of Travel & Tourism Marketing***, Vol.23, No.1: 15-30.

35. Paul, Fergnson & Huston, G. (1998), "***Quality of Service; Delivering QoS on The Internet and in Corporate Networks***", John Wiley & Sons, N.Y.

36. Post, A & Andrson, J, (2000), "***Management Information System: Solving Business Problems with Information Technology"***, McGrow Hill, Inc, U.S.A.

37. Rahimnia, Fariborz & Hassanzadeh, Jaleh Farzaneh, (2013), "The impact of website content dimension and e-trust on e-marketing effectiveness: The case of Iranian commercial saffron corporations", ***Information & Management***, Vol.50, No.5: 240-247.

38. Sekaran, Uma, (2003), "***Research Methods for Business***", John Wiley & Sons.

39. Shachaf, P & Ottman, S.M. (2007), "E-Quality and E-service Equity", 40th Annual Hawaii International Conference on System Science, Available: http://dlist.sir.arizona.edu.

40. Stariter, Kristin L, (2005), "The Effects of Supervisors' Trust of Subordinates and their Organization on Job Satisfaction and Organizational Commitment", ***International Journal of Leadership Studies***, Vol. 1, No.1: 86-101.

41. Tarigan, Josua, (2008), "User Satisfaction Using WebQual Instrument: A Research on Stock Exchange of Thailand (SET)", ***Jurnal Akuntansi dan Keuangan***, Vol.10, No.1:24-47

42. Wolfinbarger, M.F & Gilly, M.C, (2003), "ETAILQ: Dimensionalizing, measuring and predicting etailing quality", ***Journal of Retailing***, Vol.79, No.3:183198.

43. Yang, Z & Fang, X, (2004), "Online service quality dimensions and their relationships with satisfaction: A content analysis of customer reviews of securities brokerage services", ***International Journal of Service Industry Management***, Vol. 15, No. 3: 302-326.

44. Yoo S & Jin J., (2004), "Evaluation of the Home Page of the Top 100 University Web Sites", ***Academy of Information and Management Sciences***, Vol. 8, No. 2: 57-69.

45. Zeithaml, V.A. (2002), "Service excellence in electronic channels", ***Managing Service Quality***, Vol.12, No.3: 135-138.pages 866-879

الملاحق

أولاً: أسماء السادة محكمي أداة الدراسة (الإستبانة)

ثانياً: أداة الدراسة (الإستبانة)

أولاً: أسماء السادة محكمي أداة الدراسة (الإستبانة)

الرقم	اللقب العلمي والاسم	التخصص	مكان العمل
1	أ.د. محمد عبد العال النعيمي	نظم معلومات وتحليل بيانات	الشرق الأوسط
2	د. ليث سلمان الربيعي	تسويق	الشرق الأوسط
3	د.كامل الحواجره	إدارة أعمال	الشرق الأوسط
4	د. علي عباس	إدارة أعمال	الشرق الأوسط
5	د. إسعود المحاميد	إدارة أعمال	الشرق الأوسط

ثانياً: أداة الدراسة (الإستبانة)

السيد / ة الفاضل / ة .... تحية طيبة

ينوي الباحث القيام بدراسة بعنوان "جودة الموقع الإلكتروني والثقة الالكترونية وأثرهما في رضا متلقي الخدمة: دراسة ميدانية في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية".

حيث تهدف الدراسة بشكل أساسي إلى بيان أثر جودة الموقع الإلكتروني والثقة الالكترونية على رضا متلقي الخدمة في دائرة الأراضي والمساحة الأردنية.
نحن نثق بآرائكم وستكون هذه الآراء موضع اعتزاز وتقدير

الباحثة

الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة

(1) العمر

أقل من 30 سنة	☐	من 30 – 34 سنة	☐
من 35– 39 سنة	☐	40 سنة فأكثر	☐

(2) الجنس

ذكر	☐	أنثى	☐

(3) المؤهل العلمي

دبلوم	☐	بكالوريوس	☐
دبلوم عال	☐	ماجستير	☐
دكتوراه	☐		

(4) عدد سنوات الخبرة

5 سنوات فأقل	☐	من 6 - 10 سنوات	☐
من 11 - 15 سنة	☐	أكثر من 16 سنة	☐

الرجاء بيان الرأي بالعبارات التالية لتحديد مدى الإتفاق بما يرد في كل عبارة من عبارات جودة الموقع الإلكتروني

ت	الفقرة	بدائل الإجابة				
		لا أوافق على الإطلاق	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
تصميم الموقع						
1	يتصف الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة بالجاذبية من حيث الابتكار في التصميم					
2	تصميم الموقع الالكتروني الخاص بدائرة الأراضي والمساحة ملائم لنوع الخدمة التي يقدمها					
3	الخصائص المتحركة (الصور) المستخدمة داخل موقع دائرة الاراضي والمساحة ملائمة لطبيعة الموقع					
4	النصوص المصاحبة لجميع ملفات الفيديو والصوت والصورة لموقع دائرة الاراضي والمساحة سهلة التحميل					
5	يتصف الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة بالتأثير العاطفي بطريقة عرضه للموضوعات					
معلومات الموقع						
6	المعلومات على الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة تُحدَّث بشكل مستمر					
7	تعكس معلومات الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة أهدافها الاستراتيجية والتشغيلية					
8	يحتوي الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة معلومات عن الخدمات التي تقدمها الدائرة					
9	المعلومات المقدمة من الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة ذات موثوقية عالية					
10	الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة يوفر عملية التصفح بأكثر من لغة					
أمن الموقع						
11	الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة يتمتع بامن للعمليات والخدمات التي يقدمها					
12	الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة يحافظ على خصوصية المعلومات الشخصية للمستخدم					
13	يوجد لدى دائرة الاراضي والمساحة برامج مساعدة لمساعدة المستخدمين عند حدوث مشكلة					
14	الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة مزود بمؤشر لتعليمات حول استخدام أي جزء من الموقع					
15	الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة يتعامل مع المعلومات والوثائق بسرية تامة					

ت	الفقرة	بدائل الإجابة				
		لا أوافق على الإطلاق	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
إتصالات الموقع						
16	يحتوي الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة على فهرس ووصلات تساعد المستخدم على الانتقال من صفحة إلى اخرى					
17	يستطيع المستخدم لموقع دائرة الاراضي والمساحة الالكتروني معرفة الصفحة الحالية التي يتصفحها من خلال إظهار عنوانها بالكامل					
18	تعمل روابط الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة بشكل صحيح من حيث الانتقال إلى المكان المطلوب بشكل صحيح					
19	يوجد روابط مساعده في كل صفحة بحيث تُسهِّل للمستخدم الانتقال إلى الصفحة الرئيسية من خلال أي صفحة أخرى في الموقع					
20	عند تصفُّح صفحات طويلة يوجد روابط مساعده في الصفحة بحيث تسهِّل للمستخدم الانتقال إلى أعلى الصفحة					

الرجاء بيان الرأي بالعبارات التالية لتحديد مدى الإتفاق بما يرد في كل عبارة من عبارات الثقة الالكترونية

ت	الفقرة	بدائل الإجابة				
		لا أوافق على الإطلاق	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
21	يتميز الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة بتنفيذ المعاملات بطريقة ملائمة					
22	الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة يلبي كافة احتياجات المستفيدين					
23	الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة يبقي مصلحة المستفيدين في الاعتبار الأول خلال عملية إنجاز المعاملات					
24	الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة يقدم خدمات جديرة بالاحترام					
25	يتابع المسوئلين لدائرة الاراضي والمساحة الموقع الالكتروني لها في سبيل معالجة معظم اهتمامات المستفيدين					

الرجاء بيان الرأي بالعبارات التالية لتحديد مدى الإتفاق بما يرد في كل عبارة من عبارات رضا متلقي الخدمة

ت	الفقرة	بدائل الإجابة				
		لا أوافق على الإطلاق	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
26	تتسم عملية الوصول إلى متطلبات الخدمة والإرشادات اللازمة لها بالموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة بالسهولة					
27	تتسم إجراءات تقديم الخدمة بالموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة بالوضوح					
28	الخدمات المساندة للموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة توفر المعلومات المطلوبة بسهولة					
29	من خلال الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة يتم تحديد موعد للمراجعة لمعرفة الإجراء المتخذ					
30	تلتزم دائرة الاراضي والمساحة بالمواعيد في انجاز المعاملة					
31	الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة مزود بتعليمات حول آلية تقديم الشكاوى والاقتراحات					
32	يتم استقبال الشكاوى والاقتراحات المقدمة لدائرة الاراضي ومحاولة ايجاد الحلول لها من خلال الموقع الالكتروني لها					
33	استخدام الموقع الالكتروني لدائرة الاراضي والمساحة يسهل عملية الوصول للمعلومات المطلوبة					
34	تهتم الإدارة العليا لدائرة الاراضي والمساحة الموقع بعملية التحسين المستمر للخدمة المقدمة من حيث تبسيط الإجراءات وسرعة الانجاز					